

한국언론진흥재단 지정 2020-02

언론사 출입처 제도와 취재 관행 연구

박재영 · 허만섭 · 안수찬

I. 서론

1. 문제 제기

1) 국내외 환경 및 동향

‘출입처’는 일반인에겐 낯설지만, 한국 언론인에겐 매우 익숙한 용어다. 기자가 출입처라 불리는 기관에 상시 드나들면서 이 기관의 관계자들이 제공하는 뉴스거리 를 바탕으로 보도하는 것은 한국 언론사의 대표적 취재 관행이다(남재일, 2006). 출입처 중심의 취재 관행에는 효율적 측면과 부정적 측면이 공존하지만, 제법 오래전부터 부정적 측면이 강조되면서 그 관행을 혁파해야 한다는 논의가 언론계 안팎에서 나왔다. 그러나 취재현장이나 뉴스룸의 상당수 언론인들은 출입처를 대체할만한 마땅한 대안이 없다는 이유로 그 제도를 유지하는 태도를 견지해왔다. 이들은 대개 ‘(출입처를 없애기 전에) 신문 지면부터 대폭 줄여야 한다’, ‘주 1회 마감하면 가능할 것 같다’, ‘출입처 기자실의 내 자리가 없어지는 것인데, 그러면 어디로 출근해야 하나’ 라며 출입처 폐지에 부정적 태도를 보였다(김고은, 2020). 이에 따라, 취재 보도 관행에 관한 개혁의 목소리가 높아지는 것과 달리, 출입처는 한국에서 매일 수많은 뉴스가 잉태되는 핵심적 공간으로 여전히 존속하고 있다.

일반적으로 서양의 뉴스 미디어에선 한국과 같은 과도한 출입처 의존 경향성이 나타나지 않는 듯하다(Zelizer, 2004). 예를 들어, 미국의 취재기자는 고정된 주제 없이 취재하는 일반임무 기자(general assignment reporter)와 특정한 주제를 주로 다루는 비트 리포터(beat reporter)로 크게 구분되는데, 어느 기자이건 상주하

는 출입처를 중심으로 일하진 않는다(안수찬, 2014). 영미 언론에서 출입처 기자는 일반 기자와 구분되는 전문 기자를 의미하는 데 비해, 한국 언론에서는 일반 기자가 곧 출입처 기자다(김사승, 2003). 예를 들어 ‘펜타곤 코레스pondent(Pentagon correspondent)’는 펜타곤(국방부)이라는 기관의 이름을 앞세우고 있지만, 국방부 출입 기자라기보다는 국방 전문 기자의 의미가 강하다.

물론 미국의 정부 요인이나 고위 정치인 중 일부는 3대 TV 네트워크와 CNN, 뉴욕타임스, 워싱턴포스트, 월스트리트저널, 타임, 뉴스위크, AP 같은 유력 언론사의 기자들에게 비공식적으로 배경정보(background information)를 전달하고, 이를 의 전화취재나 인터뷰에 더 잘 응대해 주기도 한다. 따라서 미국에서도 주요 출입처와 유력 언론사 기자 간에는 차별적 정보 네트워크가 어느 정도 작동한다고 말할 수도 있다(김관규·송의호, 2004, 48쪽). 그러나 미국에는 한국과 같은 기자단이 없으며 출입처의 기자실은 기자증을 가진 모든 기자에게 개방되어 있다. 적어도 외견으로 보면, 미국의 출입처는 주로 기자회견을 통해 기자들에게 뉴스거리를 제공하는 등 모든 언론을 공정하게 대한다.

한국의 출입처 시스템은 일본에서 유래했다는 말이 있을 정도로 일본은 한국과 유사한 출입처 시스템을 유지하고 있다(김남석, 2002). 김관규와 송의호(2004)는 한국과 일본의 출입처-기자실 체제의 공통된 속성으로 ‘폐쇄성’을 꼽는다. 일본의 각 출입처 기자클럽은 중앙의 뉴스 미디어가 중심이 된다. 기자클럽의 기자실은 ‘관계자 이외 출입금지’라는 글이 붙어 있을 정도로 극히 폐쇄적이다. 가령 (해당 출입처에 출입하지 않는) 같은 미디어사 기자가 출입처 정보원에게 인터뷰 등을 요청하는 것 자체가 힘들 정도로 폐쇄성을 지니고 있다(김관규·송의호, 2004, 64쪽).

이러한 일본의 영향을 강하게 받긴 했지만, 2010년대 후반기 이후 한국의 언론은 모바일·인터넷 기반의 디지털 체제로 편입됐고, 이에 따라 출입처 중심 취재는 거의 한계에 도달한 상황이다. 과거의 언론은 출입처가 생산하는 정보를 뉴스 소비자에게 전달하는 유력한 채널로서 희소성을 누렸지만, 요즘에는 주요 기관들이 언론사의 매개 없이도 소셜미디어 같은 디지털 플랫폼을 기반으로 직접 뉴스거리를 소비자에게 제공한다. 이제 모바일 이용자들은 기관과 조직이 작성한 보도자료와 이 보도자료를 각색한 뉴스를 거의 동시에 접하게 됐고, 이에 따라 출입처 정보의

희소성은 크게 약화했다. 이러한 뉴스 가치 하락 양상은 다수의 출입처 발(發) 기사에서 비슷하게 일어나고 있다.

예를 들어, 한국 언론이 출입처 가운데서도 가장 중요하게 여겨온 청와대는 홈페이지에 ‘국민청원’ 코너를 운영하고 있다. 이용자들이 여기에 청원을 내어 청와대의 답변을 듣는 과정에서 뉴스 미디어가 개입할 여지는 거의 없다. 이러한 ‘권력 기관–뉴스 소비자 간 쌍방향 직거래’로 인해 출입처 위주 보도의 뉴스 가치는 지속해서 떨어지고 있다. 출입처 문제는 저널리즘의 위기, 나아가 언론산업의 위기와 직결되는, 시급하게 개선되어야 할 사안이 되었다.

더욱이 한국 언론의 출입처 제도는 그 고유한 특성으로 인해 저널리즘과 관련하여 두 가지 커다란 의구심을 낳았다. 첫째, 기자가 은연중에 출입처 기관에 순치되는 바람에 양심에 따라 소신껏 보도하지 않는 경향이 있다는 의구심이다(송의호·이상식, 2007). 둘째, 출입 기자들끼리 집단적 사고(group think)와 집단적 정서(group mentality)를 공유하면서 획일적 기사를 양산한다는 의구심이다(남재일, 2008; 허행량·황용석, 1999). 자신이 생산하는 기사의 절대량을 출입처에 의존하는 현실에서 내일부터 안 볼 사이처럼 기자가 출입처를 비판하기란 어려운 일이다. 그 출입처가 막강한 권력이나 자본을 소유한 기관이라면 출입 기자는 더 철저하게 자기 검열할 가능성이 있다. 심지어 검찰발 특종 보도의 상당수는 해당 출입처의 취재원이 자기 조직의 이익을 위해 기자에게 의도적으로 흘려주는 것(leak)이라는 의혹이 있다. 이러한 검·언(검찰과 언론) 유착, 정·언(정치권과 언론) 유착, 편향성 논란 등이 계속 제기되면서 뉴스 이용자들은 언론이 시시비비를 가려주지 않는다면, 시민의 이익이 아닌 기관의 이익을 우선한다거나, 할 말을 솔직하게 하지 않는다는 불신을 갖게 됐다. 이와 비교해 2010년대 중후반부터 유튜브의 1인 채널이 뉴스 미디어의 대안으로 급부상해 국내 광고시장의 상당 부분을 잠식하고 있다(허만섭·박재영, 2019, 265쪽). 이러한 현상은 기성 언론에 대한 대중의 불신을 방증한다고 볼 수 있다.

이렇게 출입처가 ‘경쟁력 있는 뉴스 공급원’이 되지 못하는 정황은 곳곳에서 목격된다. 언론 입장에서는 간편하고 효율적인 취재 수단으로 간주했던 출입처에만 의존해서는 기사 차별화가 어려워졌다. 독자 처지에서는 출입처에 의존하는 기사의 획일화로 인해 언론을 신뢰하기 어려워졌다. 군소 언론사는 말할 것도 없고, 지상파

방송사와 종편, 중앙일간지도 자신의 핵심 상품인 뉴스를 더 매력적으로 바꾸지 않으면 미디어 시장에서 도태될 위험에 처해있다.

이와 관련해 지난 30여 년 동안 다수의 언론학자와 언론인은 출입처 관행을 개선해야 뉴스의 경쟁력을 확보할 수 있다고 주장해왔다(강명구, 1991; 조희영, 2020). 한국언론정보학회, 미디어공공성포럼, 민주언론시민연합, 전국언론노동조합은 2019년 12월 9일 ‘취재 관행 개혁을 위한 방안 모색’이라는 토론회에서 출입처 폐지를 개혁의 본질로 제시했다. 엄경철 KBS 통합뉴스룸 국장은 2019년 11월 출입처 폐지를 공약으로 내걸고 취임했다. 한국기자협회보는 이를 “출입처 관행 너머를 향한 움직임”으로 평가했다. 그러나 2020년 8월 현재까지 KBS의 출입처 폐지는 속도를 내지 못하고 있다. 출입처를 혁파해야 할 외부 요인은 점점 더 두껍게 쌓이고 있지만, 현행 출입처 제도의 대안을 찾기가 여전히 어렵기 때문이다. 출입처 문제에 관한 한 한국 언론은 이 틀을 깨고 미지의 길로 나아갈 것인지, 돌고 돌아 다시 이 틀에 들어가 연명할 것인지의 갈림길에 서 있다고 말할 수 있다.

2) 연구의 필요성

출입처가 사회적 이슈로 떠오를 때마다 전문가들은 그 문제점을 지적하고 해결방안을 제안했지만, 과학적 연구로 이어진 경우는 드물었고 관련 지식이 많이 축적된 것도 아니다(박재영 외, 2016). 특히 한국 언론의 출입처 제도는 ‘한국형’이라 할 수 있을 만큼 독특하여 해외의 연구 결과물에서 큰 도움을 받기도 어렵다. 이와 비교해, 출입처 제도에 대한 체계적 분석과 연구의 필요성은 어느 때보다 높다.

한국 언론의 출입처와 기자실은 2000년대 초반 노무현 대통령 시절 ‘개방형 브리핑제’로 바뀌는 대변화를 겪었다가 일부는 예전 모습으로 회귀했다. 지난 20년 동안 출입처에 대한 기자들의 인식, 출입처 운용 방식 등에 여러 변화가 있었을 것으로 보인다. 최근 들어 뉴스 소비자들의 정파적 인식이 높아지고 언론사들도 정파적 보도를 정당화하면서 기자와 출입처의 친소관계가 변화했을 수도 있다. 몇몇 언론사가 기존의 출입처 제도를 폐지하거나 개편하겠다고 밝힌 상황이어서 한국형 출입처 제도는 전면적 수술이 불가피하지만, 그런 언론사들도 출입처 제도

폐지를 선언하기만 했을 뿐이지 정작 폐지 후에 뉴스룸을 어떻게 운용할지 혼란스러워하며 걱정하고 있다. 따라서 출입처와 관련한 언론업계의 이러한 현실적 고민에 응답할 필요가 있다.

출입처 문제는 언론 현장의 고민거리에 그치지 않는다. 출입처 관행으로 인한 문제점은 일반 시민에게도 제법 알려져서 언론에 대한 이미지나 신뢰도 하락의 원인이 되었다. 만일 이번에 언론사들이 출입처 제도와 관련한 과거의 부정적 행태와 관행을 없애고 선진적 취재시스템을 구축한다면 시민들의 환영을 받을 것이며 언론 신뢰 회복의 좋은 계기가 될 수 있다. 이 연구는 그런 선순환에도 이바지할 수 있다.

마지막으로, 출입처 제도의 폐지 또는 변화는 언론업계뿐 아니라 언론을 통해 홍보 활동을 해왔던 국가기관과 민간조직에도 영향을 줄 것이다. 그간에 출입처는 국가기관과 민간조직의 언론 대응과 협력에 있어서 하나의 틀이었는데, 이제 새로운 틀을 모색해야 할 시점이다. 이러한 사회적 수요에 답하는 연구가 필요한 것이다.

이를 위해서는 현행 출입처 제도의 실태와 현황을 살펴보고, 출입처 제도의 장점과 문제점을 파악하며, 해외 유수의 언론사가 출입처를 운영하는 방식을 조사하고, 우리가 참조할 만한 제도적 모델이나 개별적 취재 관행을 수집하여 최종적으로 출입처 제도의 개선 방안을 제안할 필요가 있다.

3) 기존 연구의 현황과 이 연구의 독창성

학술논문이나 학술서에서 출입처에 관한 연구를 찾기는 쉽지 않다. 대신 한국언론진흥재단, 관훈클럽 등 언론 관계기관의 정간물이나 보고서 등에서 주로 검토됐다. 이런 영향으로 인해 출입처의 기본 실태조차 명확히 파악되어 있지 않다. 청와대나 국회, 서울시청처럼 대형 출입처에 수백 명의 기자가 상주한다는 정도만 알려졌지(국정홍보처, 2007), 그들이 얼마나 많은 매체에서 파견됐는지, 기자실의 의사결정은 어떻게 이루어지는지 등은 제대로 연구된 바 없다. 더구나 개별 언론사의 뉴스룸이 기자들을 출입처 중심으로 어떻게 편제했는지 살펴본 연구는 아직 없다. 즉, 한 언론사의 전체 기자 중 몇 명이 얼마나 많은 출입처에 분산 배치되어 있는지는 밝혀지지 않았다. 우리의 연구는 하나의 언론사가 얼마나 많은 출입처에 몇 명의 기자를 배치하고 있는지, 대표적 출입처에는 얼마나 많은 언론사의 기자들이 드나드

는지 등 기본적 실태를 파악하는 것부터 시작할 것이다. 이를 통해 한국 언론의 뉴스 생산 체계가 출입처 제도와 얼마나 긴밀히 연결되어 있는지, 그 극복을 위해 뉴스룸 차원에서 어떤 노력을 기울여야 하는지 알 수 있을 것이다.

취재원 관련 학술 문헌을 종합적으로 검토한 연구(박재영 외, 2016)에 따르면, 한국에서 기자는 일정 기간 수습 기자 훈련을 받은 뒤 경찰서 등 출입처라 불리는 특정 기관에 배치됨으로써 정식으로 기자직을 수행한다. 오랜 취재 경력이 쌓이더라도 내근 데스크가 되기 전까지는 출입처를 드나들며 취재하는 방식에 큰 변화가 없다. 영향력 있는 기관에 출입하는 중앙언론사 기자들은 기자단을 구성해 이 출입처의 기자실을 폐쇄적으로 장악한 뒤 출입처와 기자실 간의 교섭을 통해 상시 뉴스거리 를 공급받는다(송의호·이상식, 2007). 한 연구에 따르면, 한국의 출입처 기자실은 기자실 신규 진입장벽이 높은 순으로 준폐쇄형, 동의 중시형, 이원화형, 개방형 등 4개 유형으로 나뉜다(김관규·송의호, 2004). 대체로 힘이 센 출입처일수록 기자실의 폐쇄성도 높은 것으로 알려져 있다. 다만 노무현 정부 출범 초기인 2002년 정부 부처 기자실은 큰 변화를 겪었다. “기자실에 대못을 박겠다”라는 노무현 전 대통령의 유명한 말처럼, 중앙언론사 소속 기자들 중심의 출입처 기자실이 다소 개방적으로 바뀌었고 브리핑룸이 신설됐다. 그러나 출입처 문화는 이내 예전 모습으로 돌아갔다는 평이 많다.

출입처 중심 취재에 관한 학계와 세간의 비판적 시선과 달리, 언론인 중 상당수는 여전히 이러한 취재 관행을 필요악으로 여기는 것 같다. KBS가 출입처 폐지를 공연하고도 이를 쉽게 이행하지 못하는 데에는 출입처 폐지가 낙종으로 이어질 수 있고, 엘리트 취재원과 멀어져 핵심 정보 접근이 어려워지며, 기본적 취재 활동조차도 불편해진다는 기자들의 부정적 시각이 작용하는 것으로 보인다. 일부 연구자는 출입처와 기자실 제도가 ‘감시의 근접성’으로 인해 출입 기자의 사적 편익뿐만 아니라 공공적 이익도 구현한다고 주장한다. “언론은 국민의 눈과 귀가 되어야 한다는 원칙적인 측면에서 봤을 때 권력과 가까운 장소에 기자실이 있다는 점은 국민의 알 권리의 충족시키는 필요 요소라고 할 수 있다. 기사 작성에 있어 가장 확실한 것은 대면 취재다. 기자실이 권력부서 건물 내부에 있으면 기자들은 그만큼 국정을 담당하는 사람들에게 접근하기 수월하고 남용될 수 있는 권력을 견제하기 쉬워진다”(이건호, 2013, 246쪽). 권력형 부정부패가 여전한 한국에서

기관 밀착형 출입처 제도는 다양한 내부정보를 파악하여 대형 비리를 포착하는 일종의 ‘저인망’ 구실을 할 수 있다는 것이다.

그런데 그 역할을 하는 취재 방식에 있어 한국 기자와 미국 기자는 현저한 차이를 보이는 것으로 보고되었다. 한국 기자는 출입처에 상주하면서 출입처가 제공하는 보도자료 등을 바탕으로 취재한 뒤, 발표의 이면이나 배경을 취재해 뉴스의 차별화를 시도한다. 반면, 미국 기자는 고정적 출입처를 두지 않고 이슈 중심으로 취재하는 경향성을 보인다(오대영, 2013). 즉, 국방부를 출입하는 한국 기자는 국방부가 생산하는 뉴스거리를 주로 보도하면서 군사 영역을 커버하는 반면, 군사 이슈를 담당하는 미국 기자는 국방부를 여러 취재 대상 가운데 하나로 고려하면서 국방부와 무관한 취재원들을 접목해 군사 이슈에 관한 다양한 이야기를 쓴다고 할 수 있다.

미국에도 백악관, 국무부, 국방부, 의회 등에 브리핑룸이 설치되어 있지만, 미국 기자들은 이들 기관이 제공하는 보도자료에 의존하기보다는 관심 사안에 대한 자료를 정보공개법을 통해 요청하는 방식으로 취재한다. 미국의 주요 언론사는 전담 변호사 및 로펌과 계약을 맺어 기자들의 이러한 취재를 돋는다(최우석, 2013). 이러한 기존 연구들을 바탕으로 보자면, 한국의 출입처 제도가 권력 고발 등 언론 본연의 역할에 실제로 어떻게 도움을 주는지 밝히는 것도 우리의 관심사다.

기존 연구들은 출입처와 기자의 관계에 주로 주목해왔다. 설진아와 남궁강(2007)에 따르면, 6자회담 뉴스 속 취재원들이 회담에 중립적 혹은 긍정적 톤(tone·태도 또는 논조)을 보이자 해당 뉴스의 전체 톤도 중립적 혹은 긍정적 톤을 띠었다. 출입처의 취재원이 보도의 방향을 결정하는 경향성이 나타난 것이다. 송용희(2006)는 사회현실을 해석하고 규정하는 영향력을 기준으로 권력 기관 취재원의 유형을 1차 규정자(행정부, 입법부, 사법부의 최고위층 등)와 2차 규정자(전직 고위 공직자 등)로 나눴다. 이러한 1, 2차 규정자의 말이 신문의 성향과 일치할 때 이 규정자의 말은 주요 지면에 크게 보도되는 것으로 나타났다.

저널리즘과 관련해 특히 쟁점이 되는 문제는 기자가 출입처를 정보원으로 활용하는 것 못지않게 출입처도 기자를 홍보의 전령사로 활용한다는 점이다. 출입처와 기자 간의 밀월은 저널리즘을 오염시킬 우려가 있다. 조철래(2007, 397쪽)의 연구에 응한 한 기자는 “취재원의 가치관이나 노선 등에 세뇌되는 경향도 없지 않은 것으로 판단된다”라고 했다. 김원용과 이동훈(2004)의 연구에서는 기자들이

시민이 아닌 출입처의 핵심 취재원에게 인정받기 위해 노력한다는 점이 발견됐다. 강명구(1991)는 고위 정치인과 국회 출입 기자가 상생이나 공생 관계를 넘어 계보 관계로 자주 변질된다고 했다. 이러한 출입처 취재의 문제는 2010년대에도 개선의 조짐이 별로 없어 보이는데, 이와 관련해 안수찬(2014)은 한 웹사이트 기고문에서 정당 출입처 취재의 문제점을 이렇게 묘사했다.

취재원의 입장과 관점에 서보는 취재 방식은 심층 취재의 기본이다. 다만 이러한 내재적 접근이 좋은 기사로 결실을 보려면 ‘간주관’의 경로를 밟아야 한다. 즉, 서로 다른 주체의 입장을 넘나들어야 한다. 그러나 정당 출입 기자 생활은 서로 다른 취재원을 넘나드는 동선을 허락하지 않았다. (안수찬, 2014)

갈등적 이슈와 관련한 출입처 편향을 해결하기 위해 다수 언론사는 여당 출입 기자가 취재한 내용과 야당 출입 기자가 취재한 내용을 하나의 기사 안에 조합해 기사의 균형을 유지하는 방식을 자주 사용해왔다. 그러나 이렇게 컨베이어벨트식 공정으로 짜깁기되는 기사는 여야 입장을 기계적으로만 전달하여 이슈에 대한 파편적 인상만 전하고 종합적 판단을 이끌지 못한다(안수찬, 2014).

기자-출입처 관계와 관련해 우리는 취재원에 관한 여러 선행연구 중에서 기버와 존슨(Gieber & Johnson, 1961)이 제시한 ‘기자와 출입처 취재원의 세 가지 가설적 모형’을 분석의 이론적 프레임으로 사용할 것이다. ‘독립적 관계 모형’에서 기자와 출입처 취재원은 서로 다른 임무를 수행하면서 독립적으로 행동한다. ‘상호의존적 관계 모형’에서 기자는 출입처 취재원과 주고받는 이해관계가 일치하며, 공동의 커뮤니케이션 목적을 달성하기 위해 취재원과 협력한다. ‘종속적 관계 모형’에서 기자는 뉴스거리를 발굴해 보도하는 과정에서 취재원에게 종속된다. 국내 주요 출입처의 취재 관행과 양상은 상호의존적 관계 모형과 종속적 관계 모형 사이의 중간 지점에 존재한다고 볼 수 있다. 이러한 연구 프레임을 통해 우리는 현행 출입처 제도에서 출입 기자와 출입처 취재원의 관계를 분석할 것이다.

현행 출입처 중심 취재는 기자실 내 기자들 간 상호 동조화 혹은 팩 저널리즘(pack journalism)도 부추길 수 있다(송의호·이상식, 2007). 어떤 정부 부처가 복잡한 정책을 발표할 때, 해당 출입처의 기자단은 통신사의 1보나 기자단의 다수 의견,

취재 경험이 많은 선임 기자의 통찰 등을 추종하면서 뉴스의 주제를 집단으로 결정해 공유하는 경향성을 보인다. 이러한 상호 동조화와 관련해, 한 기자는 “다른 신문이 하는 대로 하면 잘못되더라도 부담이 적고, 혼자서 뒤면 엄청난 부담이 따른다. 정치적으로 민감한 문제의 경우 더욱 그렇다”라고 말한다(박재영, 2005, 187쪽). 언론환경의 변화 등으로 인해 출입처 기자들의 팩 저널리즘 또는 상호 동조화에 변화가 있는지, 그 양상과 이유는 무엇인지 등도 이 연구의 관심사다.

본 연구는 출입처 제도의 문제점을 적시하면서도, 이 제도에 대한 비판론이 취재 현실을 고려하지 않는 이상주의로 흐르는 것도 경계한다. 균형 잡힌 관점을 바탕으로 뉴스와 시민을 다시 연결하는 실질적 해법과 대안을 제시한다는 점에 이 연구의 독창성이 있다.

예를 들어, KBS를 비롯해 한국의 일부 언론사는 출입처 제도를 자체적으로 개혁하기 위해 기자 인력의 10%를 별동대와 같은 탐사기획팀에 배속시키고 나머지 90%에게는 기존 출입처를 배분하겠다는 전략을 밝히고 있다. 국내 여러 언론 비평지는 이런 시도를 ‘출입처 개혁의 첫발’ 차원에서 긍정적으로 평가해왔다. 그러나 이럴 경우, 10%의 비출입처 기자들은 90%의 출입처 기자들이 담당하는 주요 출입처들과 업무적으로 연계되지 못해 중장기적으로 뉴스거리의 고갈이나 고립을 경험할 가능성이 크다. 그런 점에서 보자면, 탐사기획팀 등의 신설을 통해 출입처를 혁파하려던 과거 몇몇 언론의 시도가 왜 지속하지 못했고 성공하지 못했는지 숙고해 보아야 한다. 이와 비교해 미국 언론사는 출입처가 아닌 이슈를 중심으로 뉴스룸 내 모든 기자의 업무를 조정한다고 알려져 있는데, 이러한 해외 사례로부터 한국 언론사가 배울 바가 적지 않을 것이다.

그런데 해외 언론이 출입처를 활용하는 구체적 방식은 국내에 제대로 소개된 적이 없다. 이 연구는 이번 기회에 간접적 방법으로라도 해외 언론의 출입처 운영 및 기자들의 취재 관행을 파악하고자 한다. 이런 조사와 분석은 출입처 개선 방안을 마련하는 데 큰 도움이 될 것이다.

우리가 출입처 중심의 취재 보도 관행에 관심을 두는 근본적 이유는 그것이 뉴스 수용자들, 나아가 시민사회 전반에 끼치는 영향 때문이다. 즉 출입처 중심의 취재 보도가 뉴스 수용자들을 올바른 방향으로 이끌어 민주주의에 도움을 주는 좋은 기사의 생산과 연결되는 것인지를 궁극의 관심사다. 따라서 출입처 제도

및 관행의 현실을 연구하는 데서 그치지 않고, 그 결과물인 기사를 함께 살펴보려 한다. 이를 위해 출입처 중심의 한국 언론의 보도와 이를 탈피한 해외 언론의 보도를 비교하여, 출입처 제도와 뉴스 품질의 관계를 입체적으로 분석할 것이다. 이런 분석도 이 연구가 처음으로 시도하는 것이다.

최근 어느 사적 자리에서 만난 어느 언론계 인사는 “지난 100년간 대학도 병원도 다 변했는데 유독 언론만 그대로다”라고 말했다. 이 말처럼 언론 내부의 자율적 개혁은 중요하고 시급한 일이다. 한국언론진흥재단의 ‘2019 언론수용자 조사’에서 한국 언론을 신뢰한다고 응답한 사람은 28.1%에 불과했다. 언론은 지금 저널리즘 측면과 언론산업 측면에서 동반 위기를 맞고 있다. 변죽만 울리는, 말뿐인 혁신이 아닌 실질적 변화가 필요한 시점이고 출입처 혁파는 이를 위한 좋은 계기가 될 수 있다. 이를 위해 우리는 기존에 시도되어온 출입처 개혁 방안들까지 좀 더 냉정하게 평가하면서 기자와 언론사, 시민 모두에게 도움이 되는 현실 진단과 실질적 해법을 제시하여, 출입처 문제와 관련된 선행연구와 차별화할 것이다. 이 연구는 익숙한 취재 관행을 버림으로써 한국 언론이 더 많은 새로운 것을 얻을 수 있다는 점을 상기시켜줄 것이다.

2. 연구 목적

1) 연구 목표

언론사의 출입처 취재 관행은 한국 저널리즘의 성장을 가로막아 온 근본적 장애물일 수 있다. 하지만, 기자가 출입처를 중심으로 취재하는 관행의 실태를 구체적으로 연구한 적은 별로 없다. 이 관행을 개선할 수 있는 현실적 대안에 관한 연구 역시 거의 없다.

한국 언론의 출입처 의존은 언론-취재원 간의 연결을 도왔을지는 몰라도 언론-시민 간 연결에는 악영향을 끼쳤다. 한국 언론은 이 연결, 즉 언론이 봉사해야 하는 유일한 대상인 시민 혹은 수용자와의 연결을 잃어버림으로써 위기에 빠졌고 새로운 길을 모색해야 하는 상황에 직면했다고 볼 수 있다(이성주, 2019, 59쪽). 출입처 중심주의의 문제점을 밝히고 새로운 시스템을 제안하고자 하는 이 연구는 이러한

‘잃어버린 연결’을 복원하는 새로운 길을 제시할 수 있을 것이다.

출입처와 관련한 선행연구가 많지 않다는 점에서 이 연구는 출입처 제도의 실태 파악에서부터 대안 제시에 이르기까지 최대한 종합적이고 포괄적인 시각을 유지하고자 한다. 구체적으로 이 연구는 네 가지 연구 목표 아래 수행된다.

첫째, 언론사의 출입처 운영 실태를 조사하고 현행 출입처 제도의 장점과 문제점을 파악한다. 출입처 제도의 개선 방안을 제안하려면, 먼저 현행 출입처 제도의 실태를 알아야 한다. 이는 특정 언론사가 출입처에 얼마나 많은 기자를 배치하고 있는지를 알아보는 것이다. 또한, 출입처 제도는 문제점도 많겠지만 장점도 있을 것이므로 그것을 파악하여 개선 방안에 포함하는 과정도 꼭 필요하다.

이와 관련하여, 몇몇 주요 출입처 사례를 연구할 필요가 있다. 개별 언론사 뉴스룸의 출입처 운영 실태가 전체 그림을 알아보는 것이라면, 출입처 사례 연구는 실제로 출입처에서 일어나는 일에 확대경을 대 정밀하게 분석하는 작업이다. 이를 통해 출입처의 작동 매커니즘을 입체적으로 파악할 수 있을 것이다.

둘째, 이 연구는 미국 등 해외 선진 언론의 출입처 제도를 조사하여 한국의 출입처 제도와 비교한다. 해외 선진 언론의 출입처 운영이 우리와 다르며 우리가 참조할 만한 것을 발견한다면, 이는 한국 언론의 출입처 개선에 큰 도움이 될 것이다. 이 과정에서 당연히 해외 언론의 취재 관행에 대해 알게 될 텐데, 예를 들어 미국 기자들의 취재 방식이 우리와 상당히 다르다면 그것 역시 이 연구의 큰 성과가 될 수 있을 것이다.

위의 두 가지 연구 목표를 통해 한국 언론의 출입처 운영 현황을 양적으로나 질적으로 상당히 파악할 수 있을 것이다. 아울러 출입처 제도에 대한 기자들의 인식, 출입처 제도의 장점과 문제점도 밝힐 수 있을 것이다.

셋째, 출입처를 연구하는 궁극적 목적은 출입처 자체가 아니라 이러한 출입처 제도에 의해 생산되는 기사의 문제를 규명하는 것에 있다. 이러한 시각에 따라, 이 연구는 출입처 기자실에서 작성되는 국내 언론의 기사 및 출입처 운영을 미국 등 해외 언론의 그것과 비교해 본다. 이러한 분석결과를 바탕으로 뉴스 품질의 차이가 출입처 취재 관행과 어떤 연관이 있는지 밝혀낼 수 있을 것이다.

넷째, 이 연구의 최종목표는 출입처 제도의 개선 방안을 도출하는 것이다. 위 세 가지 연구 목표는 이를 위한 준비작업이며, 그 과정에서 개선 방안 도출을

위한 많은 데이터가 생산될 것으로 기대한다. 그 분석결과를 바탕으로 언론사 출입처 제도 개선을 위한 방안을 구체적으로 제시할 수 있을 것이다.

종합적으로 보아 이 연구는 출입처 취재 관행을 개선하고 디지털 환경에 걸맞은 구체적 방안을 모색하는 데 이바지하고자 한다. 나아가, 이 연구는 출입처 제도의 폐쇄성과 관련한 문제점, 디지털 시대 출입처에 기반을 둔 뉴스의 품질 저하, 출입처 기자단에 대한 부정적인 시민 인식, 해외의 출입처 제도 및 기자-취재원 관계에 관한 불충분한 연구, 언론인 직업교육 개선 등 시급한 과제를 해결하는데 중요한 실마리를 제공할 수 있을 것이다.

2) 연구의 내용 및 범위

이 연구는 다음과 같은 6개 연구과제를 수행하고자 한다.

(1) 출입처 운영 현황

일반적으로 한국의 기자들은 모두 각각의 출입처를 맡고 있는 것으로 알려져 있는데, 정작 한 언론사에서 얼마나 많은 기자가 얼마나 다양한 출입처에 어떻게 배치되어 있는지는 밝혀진 적이 없다.

신문사 편집국이나 방송사 보도국의 부서들은 저마다 서로 다른 기관들을 맡아 취재하며, 한 부서에서도 기자마다 서로 다른 출입처를 가지고 있다. 가장 신뢰도 높은 정보들이 모이는 길목이 출입처라고 여겨온 풍토를 고려하자면, 언론사가 어떤 기관을 출입처로 삼고 있는지가 궁금하다. 이것은 언론사가 한국 사회를 어떻게 이해하며 접근하고 있는지를 보여주는 단서가 될 수 있다.

또한, 일반적으로 언론사의 각 부서에서는 기자 연차별로 출입처를 배분하는데, 연차 높은 기자들이 주로 맡는 출입처와 연차 낮은 기자들이 맡는 출입처가 무엇인지 는 알려진 바 없다. 연차에 따라 출입처를 나눈다고 하지만, 혹시 또 다른 기준이 개입한다면 그것은 무엇인지도 밝혀낼 필요가 있다. 그런 기준들은 언론사가 출입처를 어떤 시각에서 대하는지 이해하는 데 도움을 줄 것이다.

출입처 중심으로 보면, 주요 기관에 얼마나 많고 다양한 언론사의 기자들이 출입 기자로 등록되어 있는지 파악할 필요가 있다. 기관의 중요성에 따라 출입처와

기자실 운용은 상당히 다르다. 특히 주요 기관에는 거의 모든 언론사가 기자를 배치하는데, 과연 그 규모가 어느 정도인지는 정확하게 알려지지 않았다. 예를 들어, 법원, 검찰, 주요 부처, 대기업 등을 출입하거나 담당하는 기자의 출신 언론사, 규모 등의 세부적 내용은 제대로 알려지지 않았다. 따라서 이 연구는 출입처 현황을 파악하는 것부터 시작하고자 한다.

연구문제 1-1: 언론사의 출입처 제도 현황은 어떠한가?

연구문제 1-2: 주요 기관의 출입 기자 현황은 어떠한가?

(2) 출입처 제도의 실태 및 장점과 문제점

출입처 제도의 장점과 문제점은 선행 연구자들의 노력 덕에 어느 정도 밝혀졌다. 하지만, 그런 분석결과 데이터가 너무 오래되고 낡았다는 것이 문제다. 아무래도 출입처 문제가 해묵은 이슈여서 새로 연구해볼 만한 동기가 별로 없었을 것이다. 또한, 출입처의 문제점이 연구자들의 관점에서만 파악되고 정리되었다는 것도 한계다. 기자들을 직접 조사한 연구가 별로 없기 때문에 출입처 제도의 장점이나 문제점에 대한 많은 부분은 여전히 파악되지 않은 채 묻혀있다고 말할 수 있다. 대표적인 예가 기자실 문제다.

출입처의 기자단 및 기자실은 한국 언론의 취재 보도 관행을 파악하는 데 필수적이며 거의 모든 설명력을 갖는다고 말할 수 있을 정도로 중요하다. 기본적인 기자-취재원 관계, 취재의 공식-비공식 채널, 사건 브리핑, 엠바고(embargo), 정보 흘리기 (leak), 보도자료에 기반한 기사 쓰기, 기자 담합, 팩 저널리즘(pack journalism), 기자들 간의 집단적 사고(group thinking) 등 중요한 저널리즘 이슈들은 모두 출입처 및 기자실과 연관된다.

이들은 넓은 의미에서 저널리즘 관행에 해당하는데, 국내외 선행연구를 비교해 보면 특히 이 분야의 국내 연구가 외국보다 빈약하다. 연구자가 직접 기자실을 관찰하거나 기자 인터뷰를 통해 출입처 및 기자실에서 벌어지는 일상사를 전해 들을 수 있어야 이런 연구가 가능한데, 이것이 쉽지 않기 때문에 관련 연구도 많지 않았다. 하지만, 출입처가 실제로 어떻게 돌아가는지의 실태를 알아보려면 이런 연구를 반드시 수행해야 한다. 모든 출입처를 대상으로 할 필요는 없으며

분야별로, 예를 들어 정치, 경제, 사회 분야의 주요 출입처에 대해서만이라도 이런 연구를 수행할 필요가 있다.

출입처 제도의 문제점으로 지적되는 기자-취재원 유착 관계나 기자 담합(박동숙·조연하·홍주현, 2001; 유재천·이민웅, 1994) 등은 기자단을 중심으로 이루어지는 부정적 관행들이다. 기자단은 과거보다 많이 달라지고 개선됐지만(김주완, 2003; 송의호·이상식, 2007), 여전히 간사라는 직책을 두고 그가 기자단 전체 의견을 대변하게 하거나 기자들의 권익을 보호하고 확대하도록 하고 있다.

특히 거의 모든 기자단은 폐쇄형으로 운영되는데, 그러다 보니 기자단에 들어가지 못한 언론사의 불만이 극에 달해있다. 언론사가 기자단에 가입되어 있지 않으면 기자는 보도자료를 공식적으로 얻을 수 없고, 출입처가 실시하는 기자단 브리핑에 참석할 수 없으며, 개별적 취재도 상당히 제한된다. 얼마 전까지도 종합편성채널의 기자들이 이런 신세였다. 기자단은 필요할 때 새로 가입할 기자를 선정하는데, 모 출입처의 기자단은 가입을 원하는 언론사의 기자에게서 가입원서를 받는다. 거기에는 각종 신원정보는 물론이며 아버지 직업까지 적게 되어 있다. 그런 다음, 기자단은 간사가 중심이 되어 해당 기자가 일종의 정견발표를 하도록 한다. 정견발표는 자기가 왜 기자단에 들어와야 하는지를 설득력 있게, 마치 선거 유세하듯이 발표하는 자리다. 마지막으로 기자단 멤버들이 가부 투표를 하고 투표 인원의 3분의 2 이상이 찬성해야 가입이 이뤄진다. 이 절차를 단번에 통과하여 새로 기자단에 가입하는 경우는 별로 없으며 대개 ‘재수’, ‘삼수’를 한다. 그래서 신규 가입을 준비하는 기자들은 정견발표 전에 기자단에 있는 선배들에게 떡을 돌리며 찬성표를 던져달라고 호소하는 장면이 연출되기도 한다. 이것 하나만 보더라도 한국의 기자단이 얼마나 독특하고 유별난지 알 수 있다. 가입 단계의 이런 경험이 향후 기자단 생활과 운용에 영향을 끼칠 것은 자명하다.

또, 출입처는 최근의 미디어 환경 변화와 맞물려서도 크게 달라졌을 가능성이 크다. 이번 기회에 출입처 제도의 장점과 문제점을 망라하여 업데이트할 필요가 있다. 출입처 제도는 마냥 나쁘기만 한 것은 아니며 한국형 출입처 제도라고 해서 부정적으로만 볼 것도 아니다. 다시 말해, 현행 제도에서 장점이 발견된다면, 버리기보다는 더 잘 살릴 수 있는 쪽으로 개선이 이루어져야 한다. 몇몇 언론사가 출입처 자체를 없애려는 상황임을 고려하면, 현행 제도의 장점과 문제점을 정확히

게 파악해보는 연구가 더욱 필요하다. 따라서 아래와 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제 2-1: 현행 출입처 제도의 실태는 어떠한가?

연구문제 2-2: 현행 출입처 제도의 장점과 문제점은 무엇인가?

(3) 출입처 기자의 기사 품질

출입처의 운영 실태를 알아보는 것뿐 아니라 그런 운영의 결과물을 살펴보는 것도 유용하다. 전자는 출입처 내부의 기자와 취재원 간에, 그리고 기자들 간에 발생하는 긴장과 협력의 관계를 파악하는 것이며 후자는 그런 과정에서 과연 어떤 기사가 어떻게 보도되는지를 알아보는 것이다. 전자와 후자를 각각 연구한 경우는 거의 없으며, 둘을 함께 연구하여 비교한 적은 한 번도 없다. 전자와 후자를 비교하는 연구는 출입처와 기자실을 종합적으로 이해하는 데 도움을 줄 것이다. 이를 위해 특정 기간(예, 1~2주)을 정해 출입처 운영 실태를 파악하고, 그 기간에 몇몇 출입처 기자들이 쓴 기사를 분석해보는 것이 효율적이다. 이와 관련한 연구문제는 아래와 같다.

연구문제 3: 출입처의 기자는 어떤 기사를 어떻게 쓰는가?

(4) 해외 언론의 출입처 제도

한국 언론사 출입처 제도의 개선을 위해 꼭 검토해보아야 할 것이 해외 언론사의 출입처 시스템이다. 예를 들어, 미국에서 기자는 크게 두 종류로 나누어지는데, 하나는 일반임무 기자(general assignment reporter)이며 나머지는 비트 리포터(beat reporter)이다. 일반임무 기자는 정해진 분야 없이 에디터가 지시하는 것으면 어떤 이슈이건 취재하는 기자로서 주로 연차가 낮은 기자가 맡는다. 이에 비해 비트 리포터는 제법 연차가 높은 기자로서 자기 고유의 취재 영역을 가진 기자이다.

한국 언론의 출입처와 영미 언론의 비트(beat)가 지니는 의미는 상당히 다르다. 예를 들어, 한국 언론사에서 교육부 출입 기자는 교육 이슈를 전담하는데, 주로 교육부가 하는 일을 보도한다. 대표적 예가 대학 입시정책이다. 따라서 매일 교육부가 내놓는 보도자료를 처리하는 것은 교육부 출입 기자의 중요한 업무다. 교육부는

예산이 많고 규모도 크며 국민적 관심도 큰 행정부처이므로 출입 기자가 처리해야 할 일도 많다. 그래서 교육부 출입 기자는 교육부라는 건물을 좀처럼 벗어나지 못한 채 교육부 기자실로 출근했다가 거기서 퇴근하는 일이 다반사다. 교육부 출입 기자는 한마디로 ‘교육부 전담 기자’라 할 수 있다.

영미의 언론사도 우리처럼 주요 기관들을 출입처로 지정하고 있으며 그런 기관들은 기자실을 두어 기자들의 취재 편의를 돋는다. 우리가 익히 알고 있는 백악관, 의회, 국무성, 주 정부청사, 주 의회 등이 대표적인 기관이다. 그러나 이를 담당하는 비트 리포터는 특정 기관이 아니라 특정 영역을 담당한다는 의미가 크다. 즉 영미에서 교육을 비트로 가진 기자는 교육부라는 기관보다는 교육이라는 이슈를 전담하는 기자라 보면 된다. 교육 이슈는 각급 학교, 교사, 학생, 학부모, 학원, 출판사 등의 서로 다른 이해관계로 얹혀있으며, 개별 가계뿐 아니라 국가 재정과도 연관되는 복합적인 사안이다. 따라서 교육부만 취재하거나 교육부의 시각에 얹매여서는 좋은 기사를 쓰기 어렵다. 그래서 교육을 자기 비트로 가진 영미 기자라면, 교육부라는 행정기관 취재는 그가 맡은 여러 일의 일부에 불과하며, 오히려 교육부를 벗어나 일반 시민을 더 많이 취재한다. 교육과 관련한 현안은 교육부보다는 일선 교육 현장과 가정에 있다는 것이 그들의 믿음이다.

요약하면, 한국의 출입처 기자는 ‘해당 기관 전담 기자’인 반면에 영미의 비트 리포터는 ‘해당 영역 담당 기자’라고 할 수 있다. 그러다 보니 한국 기자는 전담 기관을 잘 벗어나지 않는 데 비해, 영미 기자는 기관을 벗어나 이슈의 현장 속으로 파고드는 경향이 강하다고 말할 수 있다. 이 때문에 영미의 비트 리포터는 전문 기자와 유사하다.

이처럼 영미 언론사도 비트 리포터를 운용하는데, 어떤 기관을 출입처로 지정해 놓았는지, 어떤 기자를 출입처 기자로 임명하는지, 전체 기자 중 출입처 기자의 비율은 얼마나 되는지, 출입처 기자는 무엇을 어떻게 취재하는지 등에 대해선 국내에 소개된 적이 없다. 특히 영미의 비트 리포터는 출입처라는 단어가 무색할 정도로 이슈의 현장을 찾아다니는 탐사형 기자들이므로 이들의 취재 일상을 알아낸다면 출입처 제도 개편을 준비 중인 한국 언론에 큰 도움이 될 것이다.

미국, 영국 뿐 아니라 일본의 출입처 제도도 우리와 다를 것이므로 이 나라의 출입처 관행도 조사할 필요가 있다. 해외 언론의 출입처 제도 경험과 실태는 지금

출입처 제도를 전면적으로 재고하려는 한국 언론에 큰 시사점을 줄 수 있을 것이다. 따라서 아래와 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제 4: 해외 언론사의 출입처 운영 실태는 어떠한가?

(5) 국내외 언론의 출입처별 기사 비교

한국 언론사와 해외 언론사의 출입처 운영에 차이가 있다면, 그 결과는 결국 기자들이 보도하는 기사에서 명확하게 드러날 것이다. 즉 한미 기사의 차이는 한국 출입처 기자의 속성과 미국 비트 리포터의 속성을 더 잘 이해하는 데 도움이 된다.

예를 들어, 한국과 미국 출입처 기자들이 쓴 기사를 비교해 보면, 한국 기자와 미국 기자가 흔히 보도하는 이슈가 무엇인지, 또한 좀처럼 잘 보도하지 않는 이슈는 무엇인지 알 수 있을 것이다. 나아가, 양국 기자가 비슷한 이슈를 보도하더라도 어떻게 다르게 보도하는지도 알 수 있어서 양국의 출입처 운영 차이에 따른 실질적 결과(뉴스 보도)의 차이를 알아낼 수 있다. 이를 통해 한국 언론이 새로운 취재 영역을 개발하고, 통상적 이슈를 바라보는 새로운 관점도 배울 수 있을 것이다. 이 부분은 한국과 미국의 신문사 한 곳을 잡아서 특정 출입처(예, 교육부)를 정해놓고 관련 기사를 수집하여 분석하는 것이 효율적이다. 이와 관련한 연구문제는 아래와 같다.

연구문제 5: 취재영역별로 한국 신문과 미국 신문의 기사는 얼마나 비슷하며 또 다른가?

(6) 출입처 제도 개선 방안

출입처는 언론사와 기자에 국한하는 문제가 아니다. 출입처 제도가 바뀌면 취재 관행과 기사에 변화가 발생하므로 취재원 및 뉴스 소비자에게도 영향을 끼친다. 사안의 중대성을 고려할 때, 출입처 제도의 개편은 최대한 신중하게 검토되고 개선 방안 역시 종합적 시각에서 매우 정밀하게 제안되어야 한다. 이 연구는 이런 관점에서 출입처 제도의 개선 방안을 마련해보고자 한다.

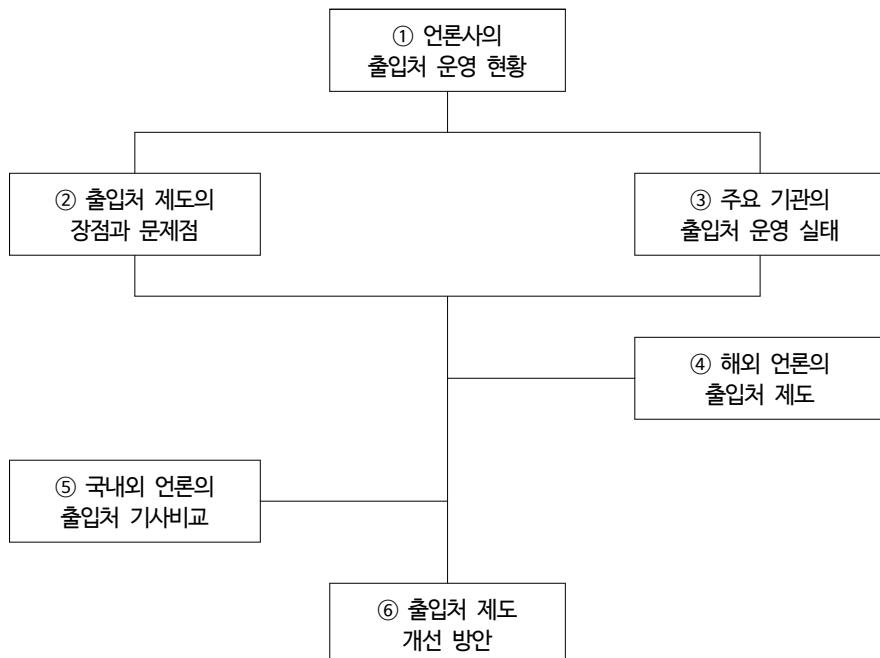
연구문제 6: 출입처 제도의 개선 방안은 무엇인가?

3. 연구 방법

1) 연구 추진체계

이 연구의 추진체계를 그림으로 나타내면 아래와 같다(<그림 1> 참조). 일차적으로 이 연구는 출입처 운영 현황을 알아본 다음, 출입처 제도의 장점과 문제점 및 출입처 기자실의 운영 실태를 조사함으로써 한국 언론사의 출입처 제도를 파악한다. 그다음 단계로, 해외 언론의 출입처 제도를 조사하고 국내외 언론의 출입처별 기사를 비교하여 한국과 해외 출입처 제도의 유사점과 차이점을 알아본다. 이런 조사와 분석의 결과를 종합하여 출입처 제도의 개선 방안을 도출하는 것이 이 연구의 최종목표이다.

<그림 1> 연구 추진체계



2) 연구 방법

(1) 연구문제 1의 방법론

연구문제 1은 언론사의 출입처 제도 현황과 주요 기관의 출입 기자 현황을 알아보는 것이다. 언론사의 출입처 제도 현황은 언론사에 소속된 전체 기자가 어떤 출입처에 어떻게 배치되어 있는지 알아보는 것이므로 간단한 작업이 아니다. 정작 언론사도 내부적으로 그런 자료를 체계적으로 정리하여 갖고 있지 않을 수 있다. 또한, 그런 자료가 대외비로 분류되어 있다면 그것을 입수할 수 없다. 최악의 경우에는 연구진의 지인 기자를 최대한 동원해 각 부서의 출입처 배분 현황을 일일이 수집하여서 한 언론사의 전체 출입처 현황을 맞추어볼 수밖에 없다.

이런 어려움을 고려하여 뉴스룸의 출입처 현황을 조사할 언론사는 일단 3곳으로 선정했다. 매체 유형별로 보아 종합일간지, 경제일간지, 지상파 방송을 대표하는 언론사 각 1곳을 선택했다. 이들 언론사 뉴스룸 편제 및 출입처 현황을 알려주는 자료는 없다. 일반인들은 언뜻 이해하기 힘들겠지만, 뉴스룸 최고 책임자, 즉 보도국장이나 편집국장이라 해도 개별 기자들이 어느 출입처를 담당하고 있는지를 일목요연하게 알려주는 문서를 갖고 있지 않다.

따라서 연구진은 각 언론사 소속의 여러 기자를 접촉하여 ① 부서·팀 편제 ② 부서별 기자 인원 ③ 개별 기자의 출입처 및 담당 등을 일일이 파악했다. 이는 조각난 여러 정보를 퍼즐처럼 맞춰 전체 그림을 완성하는 과정과 비슷했다.

또한, 주요 기관의 출입 기자 현황을 알아보기 위해 취재 분야별로 대표성 있는 기관 및 출입처 4곳을 선정했다. 사회 분야의 법조, 경제 분야의 공정위, 행정 분야의 교육부와 국토교통부를 골랐다.

이들 기관은 언론사가 중시하는 출입처로서 사회적 관심을 끄는 뉴스가 상시로 생산되는 곳이고, 이에 따라 출입 기자의 숫자도 많다. 각 출입처의 기자들을 통해 ‘출입 기자단 명단’을 확보하고, 이를 바탕으로 소속 언론사별 인원을 파악했다. 전체적으로 연구문제 1을 위한 연구방법론은 실태 현황 조사이다.

(2) 연구문제 2의 방법론

연구문제 2는 현행 출입처 제도의 실태 및 장점과 문제점을 알아보는 것이다. 출입처 운영 실태는 6개 기관의 출입처를 사례 연구 형식으로 조사하여 알아볼 계획이다. 사례 연구는 문헌 조사나 양적 연구로는 파악되지 않는, 출입처 기자들과 취재원의 내부 문화와 취재 보도 메커니즘을 규명하는 데에 유리하다. 이 연구에서 조사한 출입처는 국회, 법원, 검찰, 경찰, 국토교통부, 삼성그룹 등 6곳이다.

연구진이 이들 출입처 기자실에 들어가 참여 관찰하는 것은 불가능하므로 각 출입처에서 기자 1명의 도움을 받아 일정 기간(3일 이상) 동안 출입처와 기자실에서 어떤 일이 있었는지 인터뷰했다. 특히 기자의 주관적 기억에만 의존하는 회고형 인터뷰를 피하는 차원에서 담당 기자가 출입처와 기자실에서 일어난 일을 모두 기록한 다이어리(diary)를 바탕으로 인터뷰를 진행했다.

다이어리 연구는 연구대상의 주관성을 보완하면서, 뉴스룸에 접근하지 않고도 뉴스 생산 과정을 있는 그대로 볼 수 있다는 장점이 있다. ‘있는 그대로의 세계를 알아내는 데 가장 적합’ 한 방법이고, 행동의 패턴은 물론 그 행동을 개인이 어떻게 해석하는지 이해하는 데도 도움이 된다(Alaszewski, 2006).

대상 기자는 모두 7명인데, 신문과 방송을 혼합하고, 취재 부서와 기자 연차를 다양화하여 구성했다. 출입처의 취재 과정을 가감 없이 드러내는 다이어리 기록과 심층 인터뷰를 병행한 만큼, 조사 대상 기자들은 철저한 익명을 요청했고, 연구자들도 이를 수용했다. 기자들이 속한 매체 유형만 밝히자면, 전국 종합일간지 3명, 지상파 방송사 1명, 통신사 1명, 경제지 1명, 인터넷 미디어 1명 등¹⁾이다. 다양한 출입처의 실태를 파악하기 위해 국회, 법원, 검찰, 경찰, 서울시 교육청, 국토교통부, 삼성그룹 등을 담당하는 기자들로 조사 대상자를 구성했다. 이 부분의 연구방법론은 기자 심층 인터뷰와 다이어리 연구다.

조사는 4단계로 진행했다. 첫째, 연구의 취지를 설명하고 다이어리 기록 요령을 설명하는 사전 인터뷰를 진행한 뒤, 연구자들이 마련한 기록 양식을 전달했다. 둘째, 적어도 사흘 동안, 시간대별로 취재 보도 활동의 구체 내용을 기록하도록

1) 인터넷 미디어의 기자는 출입처 기자단 가입 과정을 증언했는데, 담당 출입처가 밝혀지는 것만으로도 불이익을 받을 수 있어 그 출입처를 밝히지 않는다. 나머지 6명의 기자와 달리 인터넷미디어의 기자는 다이어리를 작성하지 않고 심층 인터뷰에만 응했다.

했다. 셋째, 완성된 다이어리 기록을 바탕으로 대면 또는 영상 통화로 심층 인터뷰를 했다. 넷째, 필요한 경우 출입처 취재 보도 관행에 대한 추가 인터뷰를 진행했다(<부록 1>, <부록 2> 참조).

(3) 연구문제 3의 방법론

다음 단계는 출입처와 기자실의 운영 실태를 파악한 결과와 해당 출입처의 기자들이 실제로 보도한 기사를 비교하는 것이다. 연구대상으로 삼은 기관의 기자실에는 출입 기자가 너무 많아 이를 모두의 기사를 분석하는 것은 사실상 불가능하다. 따라서 조사에 응한 기자들이 어떤 기사를 어떻게 보도했는지 분석했다. 다만, 이 내용분석은 일반적 논문의 경우처럼 많은 기사 표본과 다양한 분석 변인으로 수행할 수 없으며, 분석 취지를 살리는 수준에서 간명하게 수행될 것이다. 이 부분의 연구방법론은 기사 내용분석이다.

(4) 연구문제 4의 방법론

연구문제 4는 해외 언론의 출입처 운영 실태를 알아보는 것이다. 앞서 설명했듯이 한국 언론사 뉴스룸의 편제를 알아보기도 쉽지 않은 상황인데, 해외 언론사의 경우는 더 어렵다고 볼 수 있다. 이를 가장 효율적으로 파악하는 방법은 한국에 주재하는 해외 언론사 특파원을 인터뷰하는 것이다. 연구진은 국내의 외신 특파원 3명을 심층 인터뷰했다. 또한, 외국 현지의 기자 2명과 영상 통화 등으로 인터뷰했다. 이 부분의 연구방법론은 심층 인터뷰이다.

(5) 연구문제 5의 방법론

연구문제 5는 국내외 언론사 기사를 출입처 분야별로 비교하는 것이다. 중앙일간지 1개와 미국 신문 1개의 보도를 사례 연구(case study) 방식으로 비교했다. 비교 대상은 2020년 중순 보도된 교육, 정치, 경제 분야의 정책 기사들이었다. 이 분석의 목적은 한국 기사와 미국 기사의 공통점과 차이점을 찾아내고, 특히 한국의 출입처 중심 기사와 구분되는 미국 기사의 특징을 알아내 시사점을 도출하는 것이다. 이 분석 역시 일반적 논문처럼 다량의 표본이 필요하지 않으므로 분석 목적을 최대한 살리는 형태로 효율적으로 수행했다.

(6) 연구문제 6의 방법론

연구문제 6은 출입처 제도의 개선 방안을 도출하는 것이다. 위 5개 과제를 수행하는 과정에서 한국 출입처 제도의 윤곽과 운영 실태 및 기자의 취재 관행과 그 결과물인 기사의 실태가 드러날 것이며, 해외 언론사와 관련해서도 제한적이나마 이런 내용을 파악할 수 있을 것이다. 이 연구는 기존 연구에 제안된 각종 개선책과 이번 연구에서 도출되는 여러 시사점을 종합하여 최종적으로 출입처 제도 개선 방안을 마련할 것이다.

II. 언론사의 출입처 제도 현황

1. 한국 언론사의 출입 기자 현황

언론사에서 일하는 기자 대다수가 담당 출입처를 갖고 있다는 것은 일반인들도 알고 있는 상식이다. 그러나 하나의 언론사에서 얼마나 많은 기자가 어떤 출입처를 담당하고 있는지 구체적으로 알려준 연구는 없다. 한국 언론계에서 출입처 제도가 어떤 의미를 지니는지 파악하려면, 개별 언론사가 출입처 취재 보도에 얼마나 어떻게 의존하고 있는지부터 알아야 할 것이다.

<연구문제 1-1>과 관련해 개별 언론사의 출입 기자 현황을 파악할 대상 언론사로 지상파 방송사 1곳, 종합일간지 1곳, 경제일간지 1곳을 선정했다. 한국 언론사는 뉴스룸 내부의 조직 편제와 인력 규모를 외부에 공개하지 않는다. 뉴스룸 간부들도 모든 기자의 출입처를 파악하고 있지는 않다. 대체로 1년 단위로 소속 기자들의 면면과 규모가 변화하고, 때로 새로운 부서가 생기거나 기존 부서가 없어지기도 한다.

현황 파악을 위해 우리는 각 언론사에서 일하는 다수의 기자를 인터뷰하여 2020년 8~10월 현재, 뉴스룸의 조직 편제, 부서 및 팀별 소속 기자의 규모, 각 기자의 담당 출입처 등을 일일이 파악했다. 즉, 뉴스룸 현황에 대한 여러 기자의 부분적 정보를 퍼즐 조각 맞추듯이 종합하여 교차 확인했다. 이 과정에서 다음의 잣대를 적용했다.

첫째, 취재 보도 인력 가운데 사진·영상 기자는 제외했다. 사진·영상 기자는 뉴스룸에서 중요한 역할을 맡고 있지만, 출입처 취재 관행을 파악하려는 이번 연구와의 연관성은 떨어진다고 연구진은 판단했다. 아래에 나오는 언론사 A, B, C의 사진 기자 또는 영상 기자 가운데 일부는 청와대, 국회 등의 출입증을 갖고

있지만, 이들은 고정 출입처만 담당하는 것이 아니라 다른 분야의 이슈가 터지면 언제든지 현장 취재를 나가고 있었다. 즉, 다른 취재 보도 기자와 같은 기준으로 취재유형을 구분하기 어렵다고 보고, 분석 대상에서 제외했다.

둘째, 편집국 또는 보도국을 제외한 방계 조직, 예컨대 디지털국, 뉴미디어국, 출판국 등은 조사 대상에서 제외했다. 디지털 환경이 도래한 이후 각 언론사는 여러 디지털 매체 또는 브랜드를 만들었고, 여기에 종사하는 기자들의 수도 적지 않지만, 신문과 방송의 핵심 조직은 여전히 편집국 또는 보도국이므로 그 현황 파악에 집중했다.

셋째, 편집국 또는 보도국 소속이라 할지라도 취재와 보도를 직접 수행하지 않거나 취재 보도 업무와 관련성이 떨어지는 디자이너, 개발자, 기술직 등은 제외했다. 그 역할이 일시적이거나 부수적인 수습기자, 단기 계약 기자, 인턴 기자 등도 제외했다.

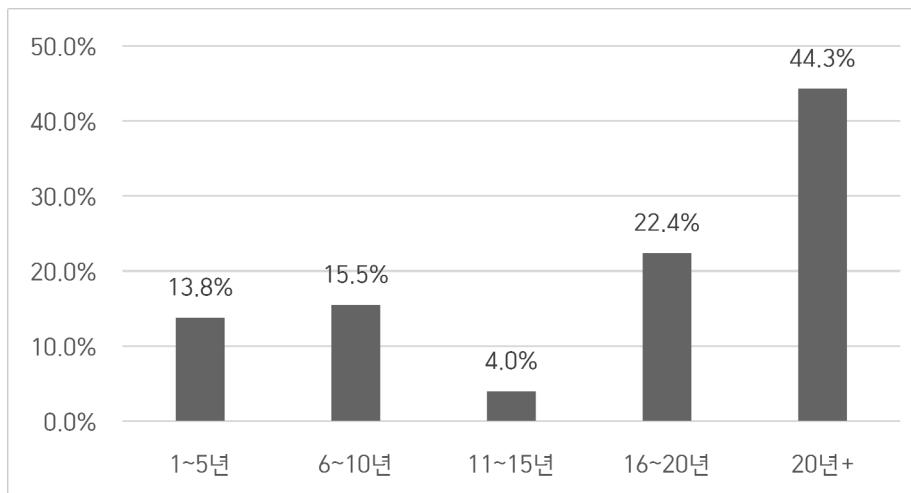
넷째, 기자라 할지라도 현업에서 떠나 있는 휴직자, 국내외 연수자 등은 제외했다. 다만 아래 자료에는 연구진이 미처 파악하지 못한 단기 휴직자, 장기 휴가자 등이 포함됐을 수 있다.

다섯째, 이 연구의 목적은 언론의 출입처 의존도를 파악하려는 데 있으므로 언론사 정보를 연구 목적 이상으로 드러내는 것은 피했다. 각 언론사의 특징적 직책 또는 부서를 그대로 밝히면 대상 언론사가 특정될 수 있으므로 그 경우엔 일반적 이름으로 바꿔 적었다. 예를 들어, 어느 언론사가 국장 직속으로 ‘공직자 감시팀’을 두고 있다면, 이를 ‘기획취재팀’으로 바꿔 표기했다.

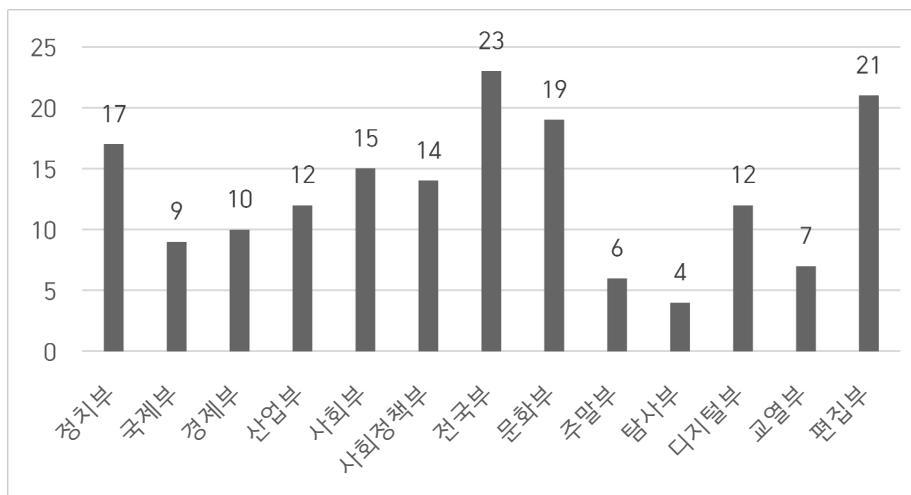
1) 언론사 A

2020년 8월 현재, 종합일간지 A사 뉴스룸에는 최고 책임자인 국장을 포함해 174명의 기자가 일하고 있다. 직책별로, 국장 1명, 부국장 4명, 부장 12명, 기자(팀장 포함) 157명이다. 경력별로 보면, 기자 경력 20년 이상이 44.3%(77명)로 가장 많고, 16~20년 22.4%(39명), 6~10년 15.5%(27명), 1~5년 13.8%(24명), 11~15년 4.0%(7명) 순으로 나타났다(<그림 2> 참조). 성별로는 남성 59.8%(104명), 여성 40.2%(70명)였다.

<그림 2> A사 뉴스룸 연차별 인원 비중 (국장, 부장 등 포함)



<그림 3> A사 뉴스룸 부서별 기자 인원(국장·부국장 제외. 단위: 명)



조직 편제를 보면, 국장 및 부문별 부국장 아래에 정치부, 국제부, 경제부, 산업부, 사회부, 사회정책부, 전국부, 문화부, 주말부, 탐사부, 편집부, 디지털부, 교육부 등을 두고 있다. 소속 부서별 인원(부장 포함)을 보면, 전국부(23명), 편집부(21명), 문화부(19명), 정치부(17명), 사회부(15명) 등의 순이다(<그림 3> 참조).

(1) 편집 부문과 취재 부문의 차이

이 연구의 관심은 한국 언론의 출입처 제도와 관련한 취재 보도 관행에 있으므로 A사 구성원 가운데 실제 취재 보도를 담당하는 기자들을 속아내어 따로 살펴볼 필요가 있다.

우선 국장, 부장, 부부장 등 뉴스룸에서 종일 근무하면서 기자들의 취재를 감독하고 기사를 게이트키픽 하는 ‘데스크’는 현장 취재를 하지 않는다. 또 A사의 팀장 가운데는 뉴스룸에서 부장 업무를 보조하여 게이트키픽 역할만 하는 예도 있었는데, 이 역시 데스크로 보아야 할 것이다. 이 기준으로 파악한 A사의 데스크 인력은 모두 22명이었다.

또, 편집부 기자들은 기사를 배열하고 편집하는 일을 담당하는데, 이는 직접적인 취재 보도와는 거리가 있다. 기사의 잘못된 정보나 오·탈자를 수정하는 교열부 기자들도 직접적 취재 보도 인력으로 분류하긴 어렵다. 디지털부 기자들의 대다수도 웹·소셜미디어에 기사를 배열·편집하는 일을 담당하므로 이와 비슷하다(다만 디지털부 기자 가운데 웹·소셜미디어에 특화된 기사를 작성하는 기자들은 아래의 ‘취재 인력’으로 구분했다). 이들 3개 부서에서 편집과 교열을 담당하는 기자(팀장 포함)는 모두 33명이었다.

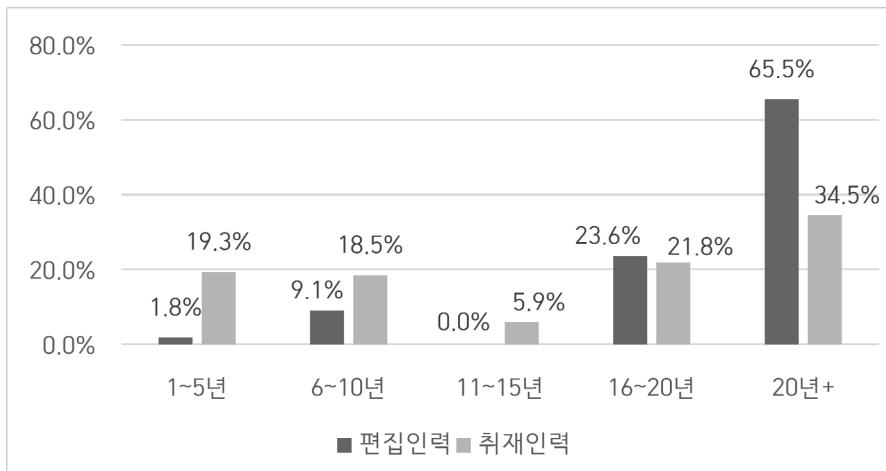
이렇게 데스크 17명과 편집·디지털·교열부 기자 33명(디지털부의 취재기자는 제외)을 합한 55명을 통칭하여 ‘편집 인력’으로 분류하면, 나머지 119명은 직접적인 취재 보도를 담당하는 ‘취재 인력’이라 할 수 있다.

이들 두 집단의 특징적인 차이점은 기자 경력에 있다. 국장, 부장, 내근 팀장, 편집부, 디지털부, 교열부 등을 포함하는 편집 인력(55명) 가운데 20년 이상 경력 기자의 비중은 65.5%(36명)였다. 16~20년은 23.6%(13명)였고, 11~15년은 한 명도 없었다. 6~10년은 9.1%(5명), 1~5년은 1.8%(1명)였는데, 이들 경력 10년 이하 6명은 모두 교열부 및 편집부 소속 기자들이었다. 따라서 데스킹을 중심으로 하는 편집 임무는 경력 16년 이상의 기자들이 주로 맡는 것으로 볼 수 있다. 편집 인력의 성별 비중은 남성 58.2%(32명), 여성 41.8%(23명)였다.

이와 비교하여, 취재 인력(119명)의 성별 구성은 편집 인력과 큰 차이가 없었지만 (남성 60.5%(72명), 여성 39.5%(47명)), 연차별 구성에서는 확연히 달랐다. 20년 이상이 34.5%(41명)로 가장 큰 비중을 차지하긴 했지만, 16~20년

21.8%(26명), 1~5년 19.3%(23명), 6~10년 18.5%(22명), 11~15년 5.9%(7명) 등으로 나타나 편집 인력보다 젊은 기자들의 비중이 높았다. 전체적으로 보아 입사 연차를 기준으로 편집-취재를 구분하는 한국 언론사의 전형을 보여주는 것으로 볼 수 있다(<그림 4> 참조).

<그림 4> A사의 편집 인력과 취재 인력의 연차별 비중



(2) 취재 인력의 유형별 현황

이제부터는 편집 인력을 제외한, 119명의 취재 인력에 집중하여 취재유형별 특성을 살펴보겠다. 출입처와의 연관성을 기준으로 보면, 한국 언론의 취재기자는 크게 4개 유형으로 구분할 수 있다.

첫째, 특정 출입처는 물론 특정 주제 영역에 대한 압박 없이 완전히 자유롭게 취재하는 경우다. 평소에 드나드는 출입처가 없고, 제보 또는 기획을 바탕으로 어떤 주제건 장기간 자유롭게 취재하는 유형이다. 이를 ‘자유취재’ 기자라고 부를 수 있을 것이다. 예를 들어, 탐사보도부 기자가 여기에 해당한다.

둘째, 기관이나 단체가 아니라 특정 주제 또는 영역을 담당하는 경우다. 예를 들어, 문화부 출판 담당 기자는 기관 또는 단체를 고정 출입하지 않지만, 매주 발행되는 신간을 검토하고 소개하는 특정 역할만 담당한다. 이를 ‘영역담당’ 기자라고 부를 수 있을 것이다.

셋째, 특정 기관·단체·기업을 전담하고 이를 중심으로 취재하는 경우다. 예를 들어 대통령 담당 기자는 매일 청와대 춘추관으로 출근하여 취재 보도한다. 청와대 출입 기자가 대통령 업무 이외의 영역을 취재하는 일은 거의 없다. 이를 ‘지정출입’ 기자로 부를 수 있을 것이다.

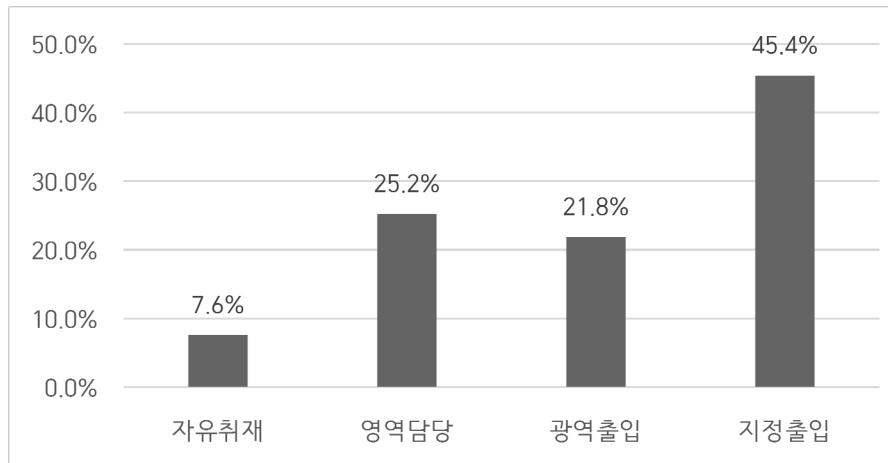
넷째, 특정 기관·단체·기업을 담당하는 동시에 비교적 광범위한 지역을 취재하는 기자들이 있다. 예를 들어, 지역 주재 기자는 광역 자치단체의 법원, 검찰, 경찰, 병원, 대학 등 주요 기관 출입처의 이슈를 취재하는 동시에 지역에서 발생하는 거의 모든 이슈를 담당한다. ‘경찰 기자’ 또는 ‘사건 기자’ 등으로 불리는 사건팀 기자들도 특정 지역의 경찰서, 지검, 시민사회단체 등을 담당하는 것은 물론 담당 지역 바깥에서 다양한 주제를 취재한다. 이들을 ‘광역출입’ 기자라 부를 수 있을 것이다. 광역출입 기자는 상당히 많은 전담 출입처를 갖고 있으면서도, 그 출입처들과 연관된 다양한 기획기사를 취재 보도한다는 점에서 지정출입 기자와 구분된다. 비교적 다양한 이슈를 다루지만, 그래도 특정 기관·단체를 반드시 전담한다는 점에서 자유취재 기자와도 구분된다.

이상의 기준으로 담당 출입처 및 주요 취재 영역을 조사하여 A사 기자들의 취재유형을 분류하되, 명확한 구분이 힘든 경우에는 최근 한 달여 간 출고한 기사를 검토하여 주요 취재 방식을 확인한 뒤 최종 분류했다.

조사 결과, A사에선 ‘지정출입’이 45.4%(54명)로 가장 많은 비중을 차지했다. 뒤이어 ‘영역담당’이 25.2%(30명), ‘광역출입’이 21.8%(26명), ‘자유취재’가 7.6%(9명) 등의 순이었다. 어떤 형태로건 특정 기관·단체·기업을 출입하는 기자(‘지정출입’과 ‘광역출입’)가 전체의 67.2%였다(<그림 5> 참조). A사의 ‘자유취재’ 기자는 탐사부와 주말부에 소속되어 있었다.

기자 경력에 따른 취재유형의 특징적인 면도 발견됐다. 흔히 ‘초년 기자’로 불리는 경력 1~5년 기자 가운데 65.2%가 고정 출입처를 전담하는 ‘지정출입’ 이었다. 여기에 ‘광역출입’(26.1%)의 경우를 더하면 경력 5년 이하 기자의 91.3%가 출입처를 담당하고 있는 셈이다. 경력 6~10년 기자들 역시 비슷했는데, ‘지정출입’(50.0%)과 ‘광역출입’(31.8%) 비중을 더하면 81.8%에 이른다.

<그림 5> A사 기자의 취재유형별 분포



이와 비교해, 11년 경력 이상 기자들 가운데 출입처(‘지정출입’과 ‘광역출입’)를 담당하는 비율을 보면, 11~15년 42.9%, 16~20년 53.8%, 20년 이상 58.6% 등이었다. 즉, 경력 10년 이하 기자들은 주로 출입처를 할당받아 취재하고, 경력 10년 이상이 되면 지정된 출입처를 벗어나는 경향이 강해진다고 볼 수 있다(<표 1> 참조).

이러한 특성은 각 취재유형별로 기자 경력을 살펴볼 때 더욱 분명하게 드러난다. ‘지정출입’ 가운데 경력 10년 이하 기자의 비중은 52.1%였다. 반면 ‘자유취재’, ‘영역담당’, ‘광역출입’ 등의 취재유형에서는 경력 16~20년 및 20년 이상 기자의 비중이 더 높았다(<표 2> 참조).

앞서 A사 취재기자 가운데 67.2%가 ‘지정출입’ 또는 ‘광역출입’ 유형이라는 점을 밝혔는데, 이는 뉴스룸 전체적으로 출입처 정보 의존도가 그만큼 높다는 것을 방증한다. 여기에 <표 1>과 <표 2>의 분석을 덧대면, A사 뉴스룸은 경력 5년 이하 기자들의 대다수(91.3%)와 경력 6~10년 기자들의 대다수(81.8%)에게 취재 보도의 핵심 기능을 맡기고 있다고 볼 수 있다. 대부분의 한국 언론이 출입처 정보에 크게 의존하고, 이러한 출입처 취재를 짊은 기자들에게 맡기는 관행이 A사의 사례에서 구체적으로 드러난 것이다.

<표 1> A사 기자의 연차별 취재유형 비교

연차	자유취재	영역담당	광역출입	지정출입	소계
1~5년	4.3% (1명)	4.3% (1명)	26.1% (6명)	65.2% (15명)	100% (23명)
6~10년	9.1% (2명)	9.1% (2명)	31.8% (7명)	50.0% (11명)	100% (22명)
11~15년	28.6% (2명)	28.6% (2명)	0.0% (0명)	42.9% (3명)	100% (7명)
16~20년	11.5% (3명)	34.6% (9명)	3.8% (1명)	50.0% (13명)	100% (26명)
20년 +	2.4% (1명)	39.0% (16명)	29.3% (12명)	29.3% (12명)	100% (41명)

<표 2> A사 기자의 취재유형별 연차 비교

취재유형	1~5년	6~10년	11~15년	16~20년	20년 +	소계
자유취재	11.1% (1명)	22.2% (2명)	22.2% (2명)	33.3% (3명)	11.1% (1명)	100% (9명)
영역담당	3.3% (1명)	6.7% (2명)	6.7% (2명)	30.0% (9명)	53.3% (16명)	100% (30명)
광역출입	23.1% (6명)	26.9% (7명)	0.0% (0명)	3.8% (1명)	46.2% (12명)	100% (26명)
지정출입	27.8% (15명)	20.4% (11명)	5.6% (3명)	24.1% (13명)	22.2% (12명)	100% (54명)

(3) 부서별 취재유형의 특징

취재유형은 소속 부서와도 관련이 있었다. <표 3>을 보면, 대부분의 지정출입 기자들이 정치부, 경제부, 산업부, 사회부, 사회정책부에 소속된 것을 알 수 있다. 여기서 산업부는 각종 기업을 담당하고 사회정책부는 노동부·보건복지부 등 행정부처를 담당한다. 따라서 이들 두 부서는 넓은 의미에서 경제부와 사회부의 자매 부서라고 할 수 있다. A사의 정치, 경제, 사회 기자는 출입처 취재에 거의 절대적으로 의존하고 있는 것으로 분석할 수 있는 대목이다.

<표 3> A사 기자의 부서별 취재유형 비교

부서	자유취재	영역담당	광역출입	지정출입	소계
정치부	-	-	-	15명	15명
국제부	-	8명	-	-	8명
경제부	-	-	-	8명	8명
산업부	-	-	-	10명	10명
사회부	-	-	8명	6명	14명
사회정책부	-	-	-	12명	12명
전국부	-	-	18명	3명	21명
문화부	-	18명	-	-	18명
주말부	5명	-	-	-	5명
탐사부	4명	-	-	-	4명
디지털부	-	4명	-	-	4명
합계	9명	30명	26명	54명	119명

부서별로 살펴보면, 우선 정치부는 청와대 1명, 여당 6명, 야당 4명, 국방·통일·외교 3명 등으로 출입처가 구분된다. 여당 기자들은 더불어민주당과 함께 정의당을 담당하고, 야당 기자들은 국민의힘과 함께 국민의당을 담당한다. 아울러 여당 기자 가운데 1명은 청와대, 다른 1명은 총리실을 함께 담당한다. 국방·통일·외교를

담당하는 3명은 각각 국방부, 통일부, 외교부를 주된 출입처로 삼지만, 필요한 경우 다른 기자의 출입처를 함께 담당하기도 한다. 이에 대해 정치부 소속 어느 기자는 “과거에는 여당 기자들 안에서도 계파별, 지역별로 담당을 세분했지만, 요즘은 인력이 부족해서 여당 기자 모두가 서로의 일을 ‘백업’(back-up)하는 분위기”라고 설명했다.

‘출입처 백업’은 A사를 비롯한 최근 한국 언론의 출입처 관행에서 주목할 지점인 것으로 보인다. 인력이 부족해도 주요 출입처들의 정보를 하나도 놓칠 수 없다는 것이 뉴스룸 방침이라면, 이는 기자 개인이 담당하는 출입처의 수가 증가하는 것으로 귀결되고, 출입처 기자는 그만큼 많은 기사를 처리해야 하는 압박에 놓이게 된다. 후술하겠지만, 이러한 ‘다양한 출입처 정보의 동시 처리’ 압박은 이번 조사에 응한 모든 언론사 기자들로부터 공통으로 확인됐다.

사회부의 사건팀 기자 8명은 서울경찰청을 필두로 서울 지역 일선 경찰서 및 지검, 대학, 시민사회단체 등을 나눠 담당한다. 사회부의 지정출입 기자 6명은 법조팀 소속이다. 사회정책부는 환경부 4명, 보건복지부 3명, 교육부 2명, 노동부 2명, 여성가족부 1명 등으로 구성되어 있다. 사회정책부에서도 ‘출입처 백업’이 비교적 활발하게 이뤄지고 있는데, 코로나 사태 이후 보건복지 분야 취재를 다른 부처 담당 기자들이 돋거나 보조하고 있다.

경제부는 기획재정부·국세청·통계청 담당 2명, 한국은행·금융감독원·금융위원회·금융사 담당 2명, 국토교통부·건설사 담당 2명, 증권거래소·증권사 담당 2명 등으로 구분하여 소속 기자 모두가 지정출입 기자 역할을 맡고 있다. 묶음이 되는 복수의 출입처에 각 2명씩 배치하는 이유는, 앞서 적은 것처럼, ‘모든 출입처를 항상 담당한다’라는 백업 시스템에 있는 것으로 보인다.

한국 언론사가 출입처 지정을 얼마나 촘촘히 하고 있는지는 A사 산업부 기자들 의 사례에서 극적으로 드러난다. 산업부의 취재기자 10명은 한국 산업 구조 전반을 10개 범주로 나누고 각각을 대표하는 기업을 중심으로 취재한다(<표 4> 참조).

<표 4> A사 산업부 기자의 출입처

기자	출입처 및 담당
가	과학기술부, 방송통신위원회, 정보통신
나	인터넷, 과학기술부, 방송통신위원회,
다	산업자원부, 공정거래위원회, 한전·한수원·가스공사, 조선·중공업
라	공정거래위원회, 바이오·제약, 소재·부품·장비
마	전경련·상의·경총, 전자
바	통상교섭본부, 무역협회·코트라, 항공·해운
사	자동차, 철강, 기계, 화학
아	중소벤처기업부, 중소기업중앙회, 소비자, 패션뷰티, 외국기업
자	테크놀로지, 게임, 혁신벤처, 플랫폼기업
차	물류·유통, 식음료, 여행·관광·숙박

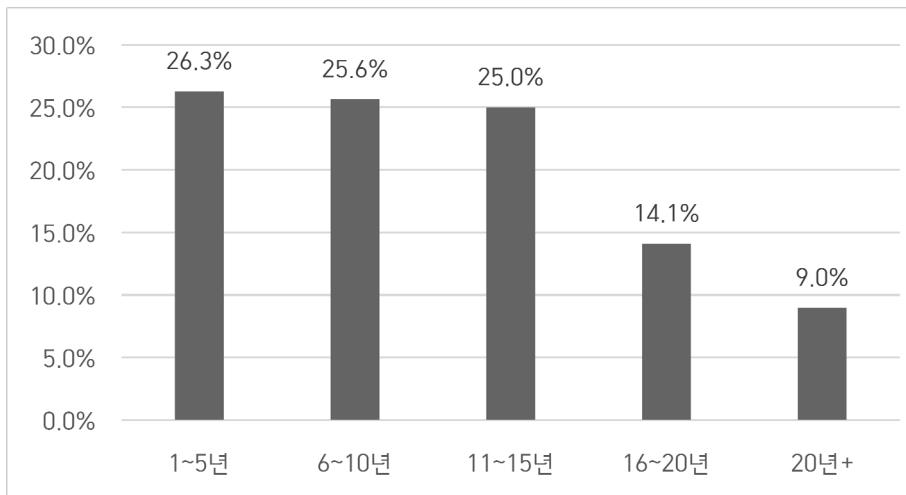
‘다’ 기자는 산업자원부과 공정거래위원회를 출입하면서 한국전력, 한국수력원자력, 한국가스공사 등을 함께 담당하는 한편, 조선 및 중공업 관련 기업들, 예컨대 현대중공업, 삼성중공업, 대우조선 등을 취재한다. ‘사’ 기자는 현대기아 등 자동차 기업, 포스코 등 철강 기업을 비롯해 기계·화학 관련 기업들을 담당한다. ‘차’ 기자는 물류, 유통, 식음료, 관광 등을 담당하는데, CJ, 신세계, 롯데, SPC, 빙그레, 해태 등 대기업은 물론 국내 모든 호텔을 전담 취재한다.

이렇듯 방대한 출입처를 담당하는 산업부 취재기자 10명 가운데 4명은 경력 5년 이하의 젊은 기자들이다. 산업부의 어느 기자는 “기획취재는 거의 엄두를 못 내고 있고, 각 기업이 매일 내놓는 수많은 보도자료의 내용을 이해하고 그 경증을 가리는 것조차 벽찰 때가 있다”라고 말했다.

2) 언론사 B

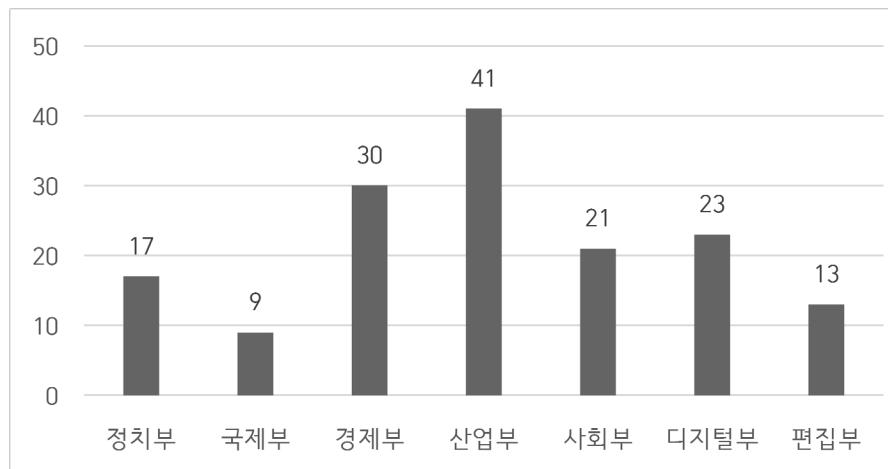
2020년 10월 현재, 경제일간지 B사 뉴스룸에는 최고 책임자인 국장을 포함해 모두 156명의 기자(사진부 제외)가 일하고 있다. 직책별 인원을 보면, 국장 1명, 부국장 3명, 부장 11명, 기자(차장, 팀장 포함) 141명이다.

<그림 6> B사 뉴스룸 연차별 인원 비중 (국장, 부장 등 포함)



20년 차 이상의 비중이 높았던 A사와 비교해 B사는 경력별 분포가 피라미드 형태를 띠고 있다. 1~5년 26.3%(41명), 6~10년 25.6%(40명), 11~15년 25.0%(39명), 16~20년 14.1%(22명), 20년 이상 9.0%(14명) 등이다(<그림 6> 참조). 성별로는 남성 60.9%(95명), 여성 39.1%(61명)였다.

<그림 7> B사 뉴스룸 부서별 기자 인원(국장·부국장 제외. 단위: 명)

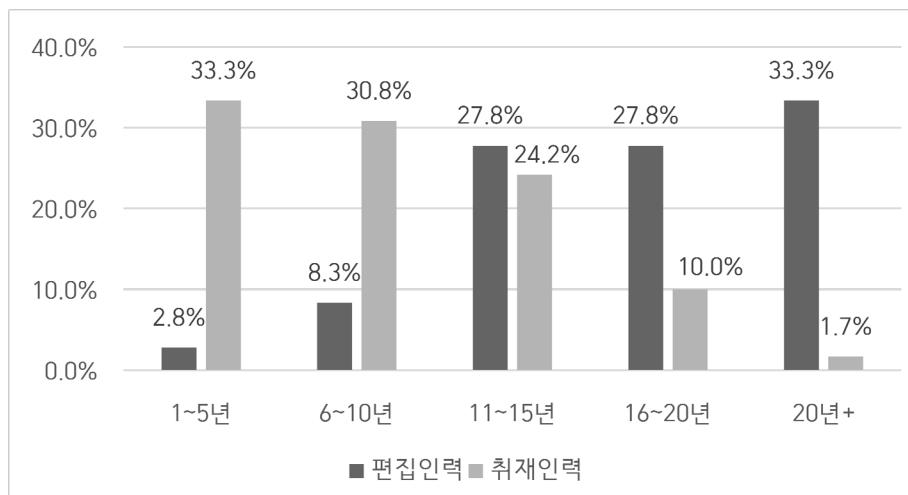


인터넷 매체로 출발하여 지금은 종이신문까지 발행하고 있는 B사는 다른 언론사와 비교해 분화된 부서를 두고 있는데, 언론사 특성을 피하고자 일반적 명칭의 부서로 통합하여 편제를 보자면, 국장 및 부문별 부국장 아래에 정치부, 사회부, 국제부, 경제부, 산업부, 편집부, 디지털부 등을 두고 있다. 부서별 인원(부장 포함)을 보면, 산업부(41명), 경제부(30명), 디지털부(23명), 사회부(21명), 정치부(17명) 등의 순이다. 여기서 산업부와 경제부는 분야별로 세분화된 부서를 통합하여 계산했다(<그림 7> 참조).

(1) 편집 부문과 취재 부문의 차이

국장, 부국장, 부장 등 기사를 게이트키팅 하는 데스크와 기사를 편집하는 편집부 등을 ‘편집 인력’으로 묶고, 취재·보도를 수행하는 나머지 기자를 ‘취재 인력’으로 구분하면, B사의 편집 인력은 36명, 취재 인력은 120명이었다.

<그림 8> B사의 편집 인력과 취재 인력의 연차별 비중

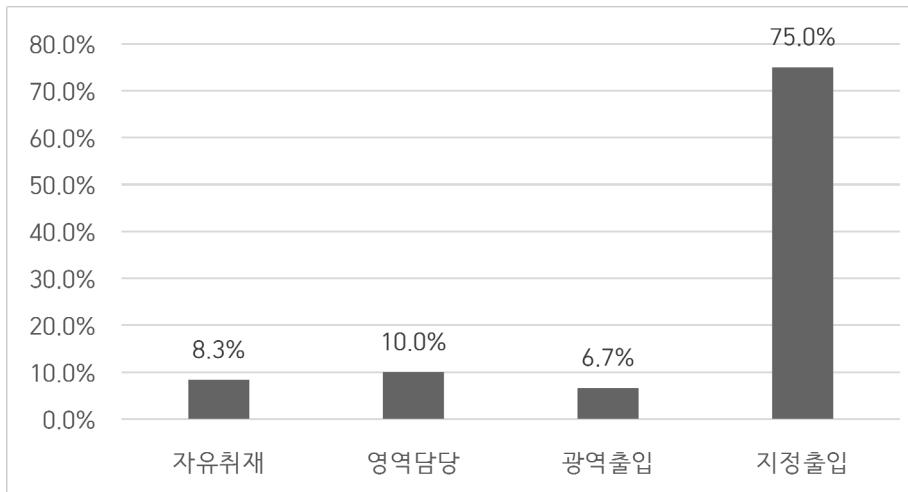


기자 경력을 비교해 보면, 높은 연차의 기자가 편집 업무를 맡고, 낮은 연차의 기자가 취재 보도를 담당하는 한국 뉴스룸 편제의 전형적 사례가 B사라는 것을 알 수 있다. 편집 인력(36명) 가운데 20년 이상 경력 기자의 비중은 33.3%(12명)였고, 연차가 낮아질수록 그 비중은 감소했다. 반면 취재 인력 가운데 20년 이상 경력을 가진 기자의 비중은 1.7%(2명)에 불과했고, 1~5년 33.3%(40명), 6~10년 30.8%(37명) 등 10년 이하 경력의 기자들 비중이 64.1%(77명)에 이르렀다 (<그림 8> 참조).

(2) 취재 인력의 유형별 현황

편집 인력을 제외한, 120명의 취재 인력에 집중하여 취재유형별 특성을 살펴보면, ‘지정출입’이 75.0%(90명)로 가장 많은 비중을 차지했다. 여기에 ‘광역출입’ 기자 6.7%(8명)를 더하면, 어떤 형태건 고정 출입처를 가진 기자의 비중은 81.7%(98명)였다.

<그림 9> B사 기자의 취재유형별 분포



앞서 분석한 A사의 경우, ‘지정출입’이 45.4%, ‘광역출입’이 21.8%이었다. 어떤 형태로건 출입처를 가진 기자의 비중에서 B사(81.7%)가 A사(67.2%)보다 높을 뿐 아니라, 특정 기관·단체·기업을 전담 출입하는 ‘지정출입’의 비중에 있어

B사가 월등히 높다는 것을 알 수 있다. 즉, B사는 전형적인 ‘출입처 중심 취재’의 편제를 하고 있다(<그림 9> 참조).

<표 5> B사 기자의 연차별 취재유형 비교

연차	자유취재	영역담당	광역출입	지정출입	소계
1~5년	12.5% (5명)	17.5% (7명)	15.0% (6명)	55.0% (22명)	100% (40명)
6~10년	10.8% (4명)	2.7% (1명)	5.4% (2명)	81.1% (30명)	100% (37명)
11~15년	3.4% (2명)	6.9% (2명)	0.0% (0명)	89.7% (3명)	100% (29명)
16~20년	0.0% (0명)	16.7% (2명)	0.0% (0명)	83.3% (10명)	100% (12명)
20년 +	0.0% (0명)	0.0% (0명)	0.0% (0명)	100% (2명)	100% (2명)

기자 경력에 따른 취재유형을 보면, 경력에 상관없이 대다수 취재기자가 고정 출입처를 가진 ‘지정출입’ 기자였다. 즉 A사와 달리 경력별로 취재유형이 달라진다고 보기는 힘들었다(<표 5>, <표 6> 참조).

이와 관련해, B사 뉴스룸의 특징을 다시 한번 강조할 필요가 있겠다. B사는 경력에 따른 편집-취재의 구분이 명확하여 연차가 낮을수록 취재를 맡고 연차가 높을수록 데스크 등 편집 업무를 담당한다. 따라서 ‘자유취재’, ‘영역담당’, ‘광역 출입’ 등을 모든 형태의 취재를 낮은 연차 기자들이 주로 담당한다고 볼 수 있다. 아울러, B사 취재기자의 대다수가 고정 출입처를 가진 ‘지정출입’ 기자였다는 점에서 보자면, 10년 차 이상 기자들도 취재할 때는 경력과 상관없이 출입처를 부여받는 것으로 분석할 수 있다.

<표 6> B사 기자의 취재유형별 연차 비교

취재유형	1~5년	6~10년	11~15년	16~20년	20년 +	소계
자유취재	50.0% (5명)	40.0% (4명)	10.0% (1명)	0.0% (0명)	0.0% (0명)	100% (10명)
영역담당	58.3% (7명)	8.3% (1명)	16.7% (2명)	16.7% (2명)	0.0% (0명)	100% (12명)
광역출입	75.0% (6명)	25.0% (2명)	0.0% (0명)	0.0% (0명)	0.0% (0명)	100% (8명)
지정출입	24.4% (22명)	33.3% (30명)	28.9% (26명)	11.1% (10명)	2.2% (2명)	100% (90명)

(3) 부서별 취재유형의 특징

‘지정출입’ 기자 중심으로 뉴스룸을 편제한 B사의 특징은 부서별 취재유형에서 도 드러났다. 디지털부와 국제부에만 ‘자유취재’ 또는 ‘영역담당’ 기자가 있을 뿐, 나머지 부서 기자들 대부분은 ‘지정출입’ 기자였다(<표 7> 참조).

<표 7> B사 기자의 부서별 취재유형 비교

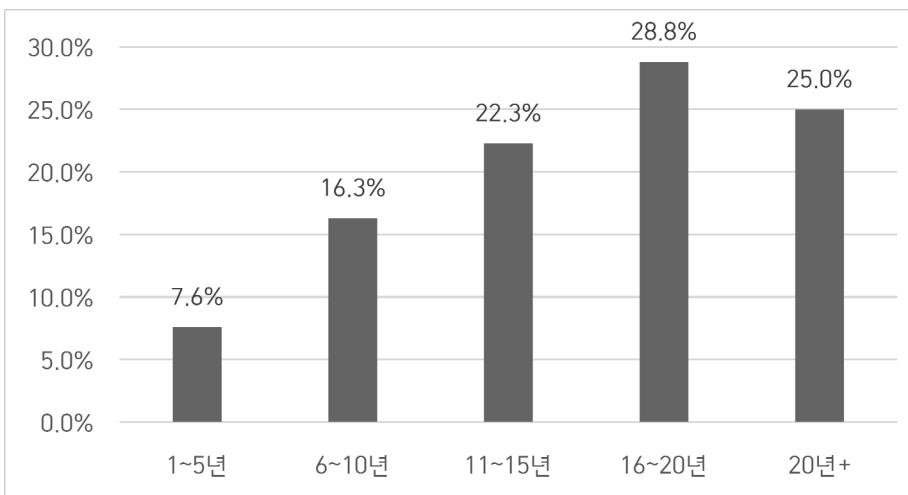
부서	자유취재	영역담당	광역출입	지정출입	소계
정치부	-	-	-	16명	16명
국제부	-	7명	-	-	7명
경제부	-	-	-	26명	26명
산업부	-	-	-	37명	37명
사회부	-	-	8명	11명	19명
디지털부	10명	5명	-	-	25명
합계	9명	30명	26명	54명	120명

특히 B사가 중시하는 정치부, 경제부, 산업부의 모든 기자에게는 전담하여 출입하는 기관·단체·기업이 할당돼 있었다. 팀사부 등이 있는 A사와 달리 B사에는 별도의 기획취재 부서가 없다. B사의 ‘자유취재’ 기자는 모두 디지털부에 소속돼 있는데, 긴 호흡의 심층 취재가 아니라 다양한 영역에 걸쳐 온라인용 속보를 담당하고 있다.

3) 언론사 C

2020년 10월 현재, 지상파 방송 C사 뉴스룸에는 최고 책임자인 국장을 포함해 모두 184명의 기자가 일하고 있다. 직책별 인원을 보면, 국장 1명, 부국장 7명, 부장 15명, 기자(차장, 팀장 포함) 161명이다.

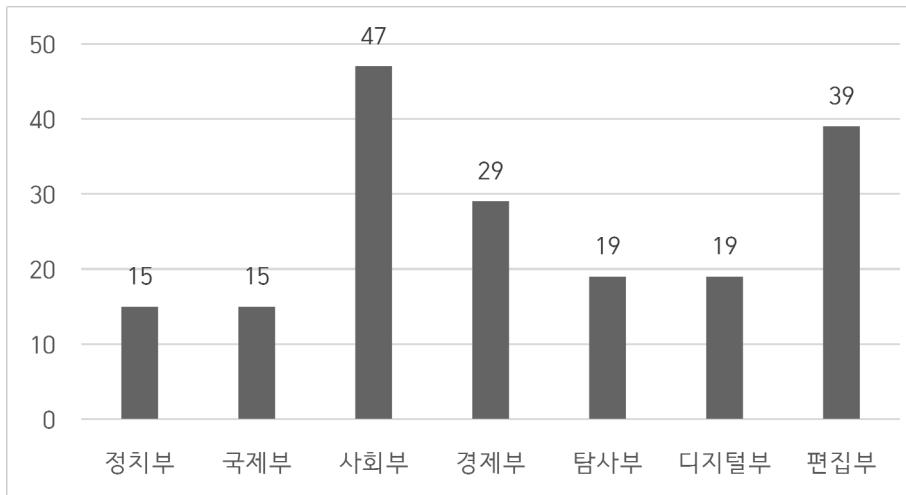
<그림 10> C사 뉴스룸 연차별 인원 비중 (국장, 부장 등 포함)



C사의 경력별 분포는 B사와 달리 역피라미드 형태에 가깝다. 16~20년이 28.8%(53명)로 가장 많은 비중을 차지하고, 20년 이상 25.0%(46명), 11~15년 22.3%(41명), 6~10년 16.3%(30명), 1~5년 7.6%(14명) 등의 순이었다(<그림 10> 참조). 성별로는 남성 69.6%(128명), 여성 30.4%(56명)였는데, A사와 B사보다 남성 기자의 비중이 다소 높았다.

C사에는 뉴스 형식 및 시간에 따라 특화된 부서들이 있지만, 언론사 특정을 피하기 위해 일반적 명칭의 부서로 통합하여 편제를 보면, 국장 및 부문별 부국장 아래에 정치부, 사회부, 국제부, 경제부, 탐사부, 편집부, 디지털부 등을 두고 있다. 부서별 인원(부장 포함)을 보면, 사회부(47명), 편집부(39명), 경제부(29명), 탐사부(19명), 디지털부(19명) 등의 순이다(<그림 11> 참조).

<그림 11> C사 뉴스룸 부서별 기자 인원(국장 제외. 단위: 명)



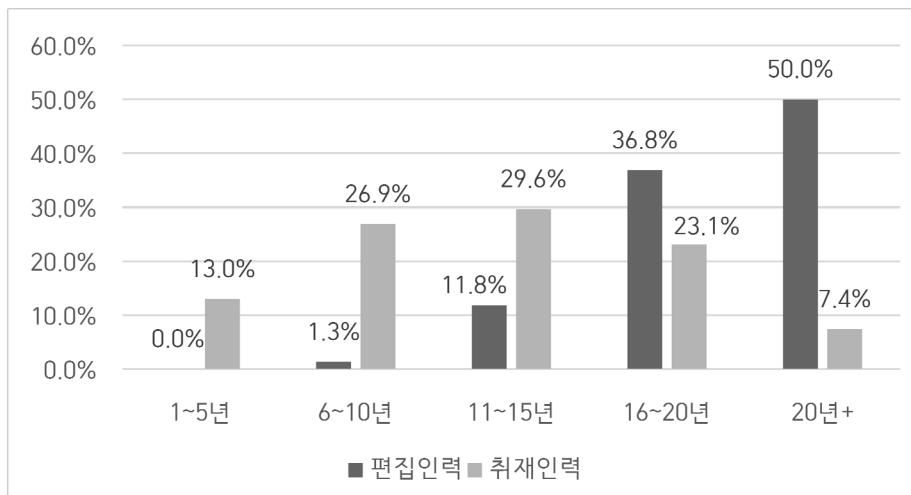
(1) 편집 부문과 취재 부문의 차이

국장, 부국장, 부장 등 데스크와 기사를 편집하는 편집부 등을 ‘편집 인력’으로 묶고, 취재와 보도를 일상적으로 수행하는 나머지 기자를 ‘취재 인력’으로 구분하면, C사의 편집 인력은 76명, 취재 인력은 108명이었다.

기자 경력의 경우, A사 및 B사와 마찬가지로 C사에서도 높은 연차의 기자가 편집 업무를 맡고, 낮은 연차의 기자가 취재 보도를 담당하고 있었다. 편집 인력(76명) 가운데 20년 이상 경력 기자의 비중은 50.0%(38명)였고, 연차가 낮아질수록 그 비중은 감소했다. 취재 인력 가운데 20년 이상 경력을 가진 기자의 비중은 7.4%(8명)였다. 1~5년 경력은 13.0%(14명), 6~10년 26.9%(29명), 11~15년 29.6%(32명), 16~20년 23.1%(25명) 등으로 나타나 중간 연차의 비중이 비교적

높았다(<그림 12> 참조). 경력 10년 이하 기자의 비중은 39.9%로 B사(51.9%)보다 낮고, A사(37.8%)보다 다소 높았다.

<그림 12> C사의 편집 인력과 취재 인력의 연차별 비중

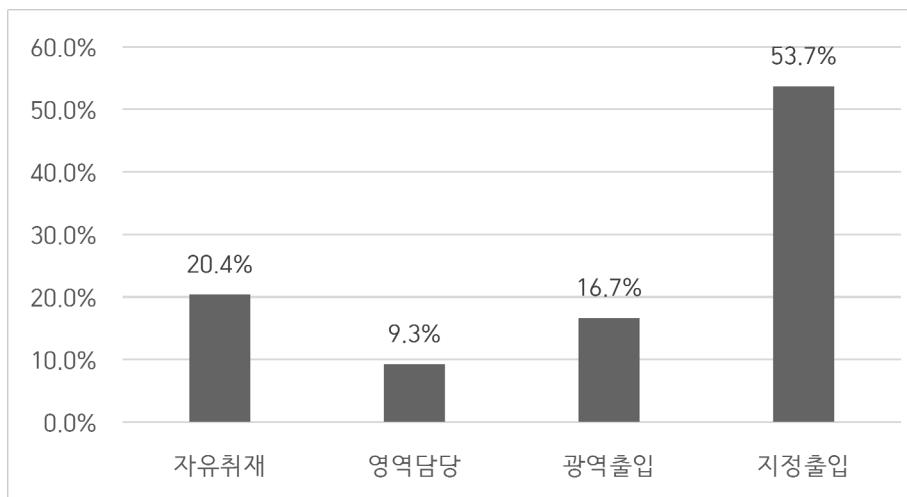


(2) 취재 인력의 유형별 현황

편집 인력을 제외한, 108명의 취재 인력에 집중하여 취재유형별 특성을 살펴보면, ‘지정출입’이 53.7%(58명)로 가장 많은 비중을 차지했다. 여기에 ‘광역출입’ 기자 16.7%(18명)를 더하면, 어떤 형태건 고정 출입처를 가진 기자의 비중은 70.4%(76명)였다(<그림 13> 참조).

어떤 형태로건 출입처를 가진 기자의 비중을 비교하면, C사는 B사(81.7%)보다 낮고 A사(67.2%)보다 높았다. 즉, 고정 출입처 중심 취재를 위한 뉴스룸 편제라는 큰 틀에서 이들 3개 언론사는 대동소이하다. 다만 C사의 ‘자유취재’ 기자의 비중은 20.4%(22명)로 A사(7.6%), B사(8.3%)보다 두 배 이상 높았다. 정치부나 경제부보다 많은 인력을 탐사부에 배치했기 때문이다.

<그림 13> C사 기자의 취재유형별 분포



기자 경력에 따른 취재 유형을 보면, 경력에 상관없이 대부분의 취재기자들이 고정 출입처를 가진 ‘지정출입’ 기자로 나타나, 경력별로 취재유형이 달라진다고 보기는 힘들었다(<표 8> 참조).

<표 8> C사 기자의 연차별 취재유형 비교

연차	자유취재	영역담당	광역출입	지정출입	소계
1~5년	7.1% (1명)	0.0% (0명)	35.7% (5명)	57.1% (8명)	100% (14명)
6~10년	27.6% (8명)	3.4% (1명)	17.2% (5명)	51.7% (15명)	100% (29명)
11~15년	15.6% (5명)	15.6% (5명)	9.4% (3명)	59.4% (19명)	100% (32명)
16~20년	28.0% (7명)	12.0% (3명)	0.0% (0명)	60.0% (15명)	100% (25명)
20년 +	12.5% (1명)	62.5% (5명)	12.5% (1명)	12.5% (1명)	100% (8명)

취재 유형별 경력을 보면, ‘지정출입’에서 1~5년차 기자들의 비중이 13.8%(8명)로 A사의 27.8%, B사의 24.4%에 비해 낮았다(<표 9> 참조). 대신 ‘지정출입’ 유형의 기자 가운데 11~15년 경력을 가진 중견 기자들의 비중이 높았다. 이는 C사의 인력 구조상 5년 이하 기자들의 숫자가 적은 데다, ‘광역출입’으로 분류되는 사회부 사건팀 등에 젊은 기자들을 배치했기 때문으로 보인다.

<표 9> C사 기자의 취재유형별 연차 비교

취재유형	1~5년	6~10년	11~15년	16~20년	20년 +	소계
자유취재	4.5% (1명)	36.4% (8명)	22.7% (5명)	31.8% (7명)	4.5% (1명)	100% (22명)
영역담당	0.0% (0명)	7.1% (1명)	35.7% (5명)	21.4% (3명)	35.7% (5명)	100% (14명)
광역출입	35.7% (5명)	35.7% (5명)	21.4% (3명)	0.0% (0명)	7.1% (1명)	100% (14명)
지정출입	13.8% (8명)	25.9% (15명)	32.8% (19명)	25.9% (15명)	1.7% (1명)	100% (58명)

(3) 부서별 취재 유형의 특징

A사 및 B사와 비교해 탐사부에 많은 인원을 배치한 C사의 특징은 부서별 취재 유형에서도 확인된다. 다른 언론사와 마찬가지로 정치부, 경제부, 사회부 등 이른바 주요 부서의 기자들은 ‘지정출입’ 유형으로 취재하지만, 탐사부에는 ‘자유취재’ 유형의 기자들이 있고, 그 숫자도 적지 않다. 다만 탐사부를 제외한 나머지 부서에서는 ‘지정출입’ 또는 ‘광역출입’ 등 다른 언론사와 마찬가지로 출입처 취재 중심의 편제를 하고 있었다(<표 10> 참조).

<표 10> C사 기자의 부서별 취재유형 비교

부서	자유취재	영역담당	광역출입	지정출입	소계
정치부	-	-	-	13명	13명
국제부	-	7명	-	5명	12명
경제부	-	7명	-	17명	24명
사회부	-	-	14명	23명	37명
탐사부	18명	-	-	-	18명
디지털부	4명	-	-	-	4명
합계	22명	14명	14명	58명	108명

4) 뉴스룸 비교

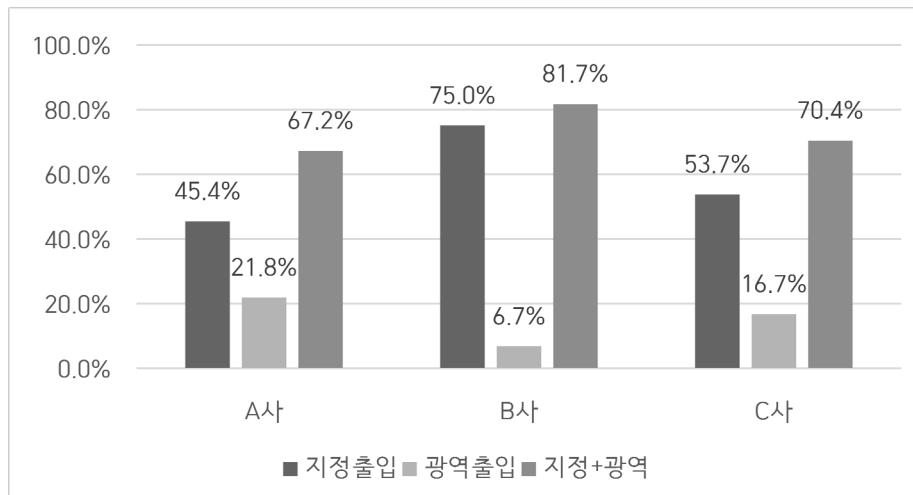
이상을 통해, 한국 언론은 취재기자의 대다수에게 출입처를 할당하고, 특히 경력이 많지 않은 초년 기자들에게 출입처를 할당한다는 것을 알 수 있다. 각 언론사의 취재 인력 가운데 ‘지정출입’과 ‘광역출입’을 더하여 어떤 형태로든 출입처를 갖는 기자들의 비중은 A사 67.2%, B사 81.7%, C사 70.4%였다(<그림 14> 참조). 또한, 1~5년 경력의 젊은 기자들 가운데 ‘지정출입’ 또는 ‘광역출입’에 해당하는 기자들의 비중은 A사 91.3%, B사 70.0%, C사 92.8%였다(<그림 15> 참조).

이러한 관행은 영미를 위시한 선진 언론과는 정반대의 것이다. 후술하겠지만, 해외 선진 언론은 젊은 기자들에게 광범위한 취재의 기회를 제공하여 저널리즘 실행을 훈련하는 동시에 그 능력을 평가한다. 이 과정에서 충분히 검증된 소수의 기자들만 출입처를 담당한다. 반면 한국의 언론은 입사와 동시에 초년 기자들에게 출입처를 부여한다.

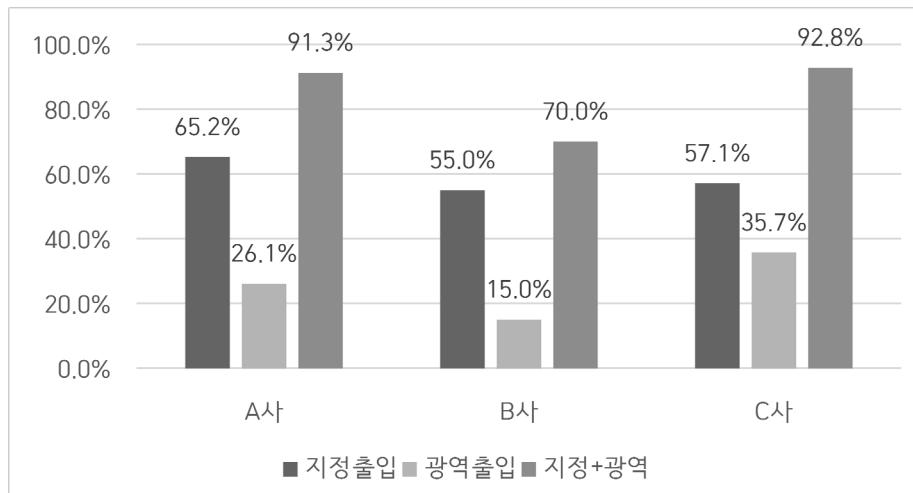
이 연구에서 ‘광역출입’의 유형으로 분류된 것은 주로 사회부 사건팀 소속의 젊은 기자들인데, 이들은 해외 언론의 ‘일반 임무 기자’(general assignment reporter)처럼 다양한 이슈를 자유롭게 취재하기 보다는, 다양한 출입 기관·단체와 관련한 여러 영역의 기사를 취재보도하는 것으로 평가할 수 있다. 즉, 국내의

광역출입 기자와 해외 선진 언론의 일반 임무 기자는 전혀 다른 특성을 갖고 있다. ‘지정출입’ 이건 ‘광역출입’ 이건 한국 언론의 대다수 젊은 기자들은 출입처 취재 중심으로 취재 보도 활동을 시작하는 것이다.

〈그림 14〉 A, B, C사의 지정출입 유형과 광역출입 유형의 비중



〈그림 15〉 A, B, C사 1~5년 기자의 지정출입 및 광역출입 유형의 비중



2. 주요 기관의 출입 기자 현황

언론사 A, B, C는 서울에 사무실을 두고 있는 전국 규모의 언론사이다. 즉, 다른 언론사에 비해 인력 규모와 사정이 나쁘지 않다. 이런 언론사들조차 취재 인력의 대부분을 출입처에 배정하고 있다면, 각 기관·단체에는 얼마나 많은 언론사의 기자들이 출입하고 있는 것일까.

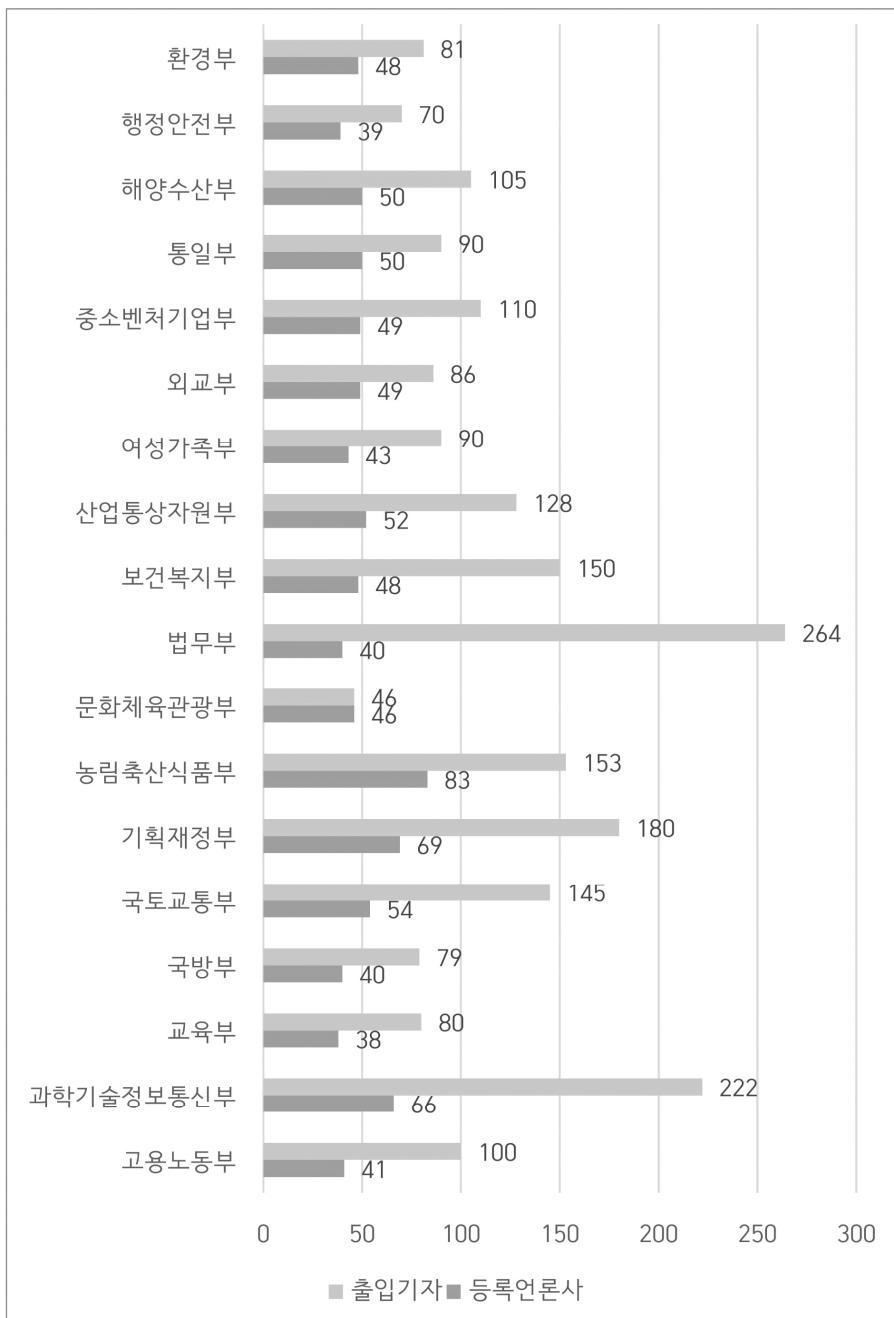
<연구 문제 1-2>는 한국 언론의 출입처 제도 현황을 기관·단체의 차원에서 파악하는 것과 관련이 있다. 한국 언론의 출입처를 대표하는 기관으로 청와대와 국회를 꼽을 수 있는데, 이들 두 기관의 출입 기자 현황은 최신 연구를 통해 대체로 밝혀진 바 있다.

우선 <미디어오늘>의 보도를 보면, 2020년 5월 현재 청와대에 출입하는 내외신 언론사는 모두 181개사, 출입 기자 수는 345명이다. 이 가운데 국내 언론사의 출입 기자는 130개사, 234명이다(조현호, 2020). 또한, 국회 출입 기자 현황을 조사한 홍성철·송상근·강대한(2020)의 연구를 보면, 2019년 10월 현재, 502개 언론사의 취재기자 1187명, 사진·영상 기자 330명이 국회를 정기적으로 출입하는 기자로 등록되어 있다. 연구진은 각 부처 출입 기자의 현황도 함께 조사했는데, 이를 재인용하면 <그림 16>과 같다.

이러한 선행 연구 및 자료와 달리, 우리 연구의 초점은 출입처 기자단의 관행을 파악하는 것에 있다. 따라서 주요 출입처를 담당하는 각 언론사의 기자 배치 현황을 파악하는데 주력했다. 조사 대상 기관으로는 교육부, 국토교통부, 법원과 검찰(법조), 공정거래위원회 등 4곳을 선정했다.

이들 기관은 규모와 상관없이 거의 모든 언론사가 출입 기자를 배치하는 곳이라는 특징이 있다. 신문, 방송, 인터넷 등 매체 유형별로 보나, 종합지, 경제지 등 매체 성격별로 보나 진지하게 취재 보도 활동을 하는 언론사라면 교육 기사(교육부), 부동산 기사(국토교통부), 금융 및 산업 기사(공정위), 법조 기사(법원과 검찰)를 외면할 수 없다. 즉, 이들 4개 기관은 국내 언론계에서 가장 일반적인 출입처이다.

<그림 16> 중앙 부처 출입 기자 현황



출처: 국회사무처(2019; 홍성철 외, 2020 재인용)

1) 주요 기관의 언론사별 출입 실태

우리가 조사한 출입 기자단 현황은 홍성철 외(2020)의 연구와 일부 차이가 있지만, 대체로 비슷하다. 조사 시점이 달라 발생한 차이인 것으로 보인다. 아래에서 는 2020년 4~8월의 현황을 조사한 우리의 자료를 바탕으로 분석했다.

(1) 교육부

〈표 11〉 매체별 교육부 출입 기자 현황 (2020년 4월 현재)

	종합일간지	지상파·종편 등 방송	통신, 경제지	전문지, 기타
3명	동아일보, 문화일보, 조선일보, 한국일보	KBS, EBS, SBS	뉴스1, 연합뉴스, 매일경제	한국대학신문
2명	국민일보, 경향신문, 내일신문, 세계일보, 중앙일보, 한겨레	MBC, YTN, TV조선	뉴시스, 서울경제, 이데일리, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 헤럴드경제	전자신문, 주간교육, 한국교육
1명	서울신문	평화방송, CBS, MBN,	아시아경제	교수신문, 코리아타임즈, 코리아헤럴드

2020년 4월 현재, 교육부가 정기 출입증을 발급하고 공보실 차원에서 명단을 관리하는 출입 기자는 모두 38개사 77명이다. 각 언론사마다 1~3명을 교육부 출입으로 배정하고 있는데, 3명을 교육부에 배치한 언론사는 동아일보, 문화일보, 조선일보, 한국일보, 매일경제, EBS, KBS, SBS, 연합뉴스, 뉴스1, 한국대학신문 등 11개사다. 1명만 배치한 언론사는 서울신문, 아시아경제, 평화방송, CBS, MBN, 코리아헤럴드, 코리아타임즈, 교수신문 등 8개사다. 대체로 보아, 언론사 규모가 클수록 출입처에 배정한 기자가 많다고 할 수 있다(〈표 11〉 참조).

(2) 국토교통부

<표 12> 매체별 국토교통부 출입 기자 현황 (2020년 6월 현재)

	종합일간지 방송	지상파·종편 등 방송	통신, 경제지	전문지, 기타
3명	경향신문, 국민일보, 동아일보, 서울신문, 조선일보, 중앙일보	KBS, MBC, SBS, 연합뉴스TV, 채널A, MBN, TV조선, 한국경제TV, SBS CNBC, MTN, TBS,	연합뉴스, 뉴시스, 뉴스1, 매일경제, 연합인포맥스, 머니투데이, 서울경제, 조선비즈, 아시아경제, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 뉴스핌, 헤럴드경제, 비즈니스워치, 아시아투데이, 아주경제, 이데일리, 이투데이	뉴데일리, 뉴스토마토, 데일리안, 전자신문
2명	내일신문, 문화일보, 세계일보, 한겨레, 한국일보	YTN, CBS, BBS	건설경제	부산일보, 코리아타임즈
1명		평화방송, OBS		국제신문, 대전일보

2020년 6월 현재, 국토교통부에 출입하는 기자는 모두 54개사 143명이다. 교육부 출입 기자의 두 배 규모인데, 교육부에 출입 기자를 배치하지 않았던 경제지, 지역신문 등도 국토교통부에 출입 기자를 두고 있다(<표 12> 참조).

(3) 공정거래위원회

〈표 13〉 매체별 공정거래위원회 출입 기자 현황 (2020년 6월 현재)

	종합일간지	지상파·종편 등 방송	통신, 경제지	전문지, 기타
3명	경향신문, 국민일보, 중앙일보, 한국일보	KBS, SBS, JTBC, MBN, 한경TV, MTN, SBS CNBC	연합인포맥스, 서울경제, 조선비즈, 이데일리, 아시아투데이, 뉴스핌	뉴스토마토, 뉴데일리
2명	내일신문, 동아일보, 문화일보, 세계일보, 서울신문, 조선일보, 한겨레	MBC, CBS, YTN, 채널A, TV조선, 연합뉴스TV, BBS, EBN	연합뉴스, 뉴스1, 뉴시스, 머니투데이, 매일경제, 한국경제, 아시아경제, 아주경제, 이투데이	디지털타임스, 코리아타임즈, 쿠키뉴스, 니혼게이자이, 아이뉴스24
1명		평화방송, TBS OBS, K-TV	로이터통신, 블룸버그, 파이낸셜뉴스, 헤럴드경제, 건설경제, 외 3개사	오마이뉴스, 코리아헤럴드, 월스트리트저널, 전자신문, 국세신문 외 13개사

2020년 6월 현재, 공정거래위원회에 출입하는 기자는 모두 78개사 145명이다. 출입 기자 규모는 국토부와 비슷하지만, 출입 언론사는 1.5배 정도 많다. 특히 로이터, 블룸버그, 월스트리트저널 등 해외 언론의 한국 주재 기자(또는 통신원)이 출입 기자로 등록되어 있다(〈표 13〉 참조). 이상에서 살펴본 것처럼 정부 부처의 특성에 따라 출입 기자의 규모, 출입 매체 등이 달라지는데, 그 이유가 무엇인지는 향후 연구에서 다룰만하겠지만, 이번 연구에서는 생략한다.

(4) 법원과 검찰

2020년 4월 말 현재, ‘법조 출입 기자’는 40개사 260명이다. 여기서 ‘법조 출입’이라 함은 헌법재판소, 대법원, 서울중앙지법, 대검, 서울중앙지검 등을

담당하는 기자다. 그보다 하위에 있거나 지역에 있는 각급 법원과 검찰은 사건 기자 및 지역 주재 기자가 담당하는 것이 한국 언론의 관행이다. 이들 사건 기자와 지역 주재 기자는 사회부 법조팀에 소속된 법조 출입 기자와 구분되므로, 이번 연구의 조사 대상에서는 제외했다.

법조 출입 기자의 규모는 다른 출입처와 비교해 월등하다. 출입 언론사의 숫자(40개사)는 교육부(38개사)와 비슷하지만, 출입 기자의 규모는 교육부(77명)의 3.5배에 가깝다. 140명을 조금 넘는 국토교통부 및 공정거래위의 출입 기자 규모와 비교하면 2배 수준이고, 청와대 출입 기자(234명)와 비슷하다. 국회 출입 기자(1187명)가 법조 출입 기자보다 많지만, 브리핑제 도입 이후 국회 출입 기자 등록의 장벽이 거의 사라졌다는 점에서 보자면, 기자단 가입의 장벽이 아직 높은 법조는 ‘마지막 출입처’라고 부를 만하다.

법조 기자단의 규모가 이처럼 커진 배경에는 한국 주요 언론의 취재 관행이 있다. 지금까지 살펴본 중앙 부처의 개별 언론사당 출입 기자는 교육부 2.0명, 국토교통부 2.6명, 공정거래위원회 1.9명 등 2명 안팎의 수준이다. 조현호(2020), 홍성철 외(2020) 등의 자료를 바탕으로 보아도, 청와대는 언론사당 1.8명, 국회는 2.4명이다. 즉, 한국의 주요 출입처에 각 언론사가 배치하는 출입 기자는 2명 안팎이라고 할 수 있다. 법조는 이와 완전히 달라서, 언론사당 출입 기자가 평균 6.5명이다.

매체별로 보면, 법률신문 12명, JTBC 11명, KBS 10명, 연합뉴스·뉴스1·중앙일보·MBN·머니투데이 9명, 뉴시스·동아일보·조선일보·MBC·SBS·TV조선 8명, 경향신문·한국일보·YTN 7명, 서울신문·한겨레·연합뉴스TV·채널A 6명, 국민일보·문화일보·세계일보·CBS·매일경제·서울경제·아시아투데이 5명 등 거의 모든 언론사가 5명 이상의 출입 기자를 배정하고 있다(<표 14> 참조).

법조 출입 기자는 다시 ‘법원 담당’과 ‘검찰 담당’으로 나뉘는데, 전통적으로는 검찰 출입 기자가 법원 출입 기자의 두 배 이상 많았다. 예를 들어 법조 출입 기자가 8명인 언론사의 경우, 그 가운데 6명은 검찰, 2명은 법원을 담당하는 식이다. 그런데 최근 이런 관행에 변화가 시작된 것으로 파악됐다.

<표 14> 매체별 법조(법원 및 검찰) 출입 기자 현황 (2020년 6월 현재)

종합일간지	지상파·종편 등 방송		통신, 경제지	전문지, 기타
12명			법률신문	
11명	JTBC			
10명	KBS			
9명	중앙일보	MBN	연합뉴스, 뉴스1, 머니투데이	
8명	동아일보, 조선일보	MBC, SBS, TV조선	뉴시스	
7명	경향신문, 한국일보	YTN		
6명	서울신문, 한겨레	연합뉴스TV, 채널A		
5명	국민일보, 문화일보, 세계일보	CBS	매일경제, 서울경제, 아시아투데이	
4명	내일신문	BBS, OBS	아시아경제, 한국경제, 헤럴드경제, 파이낸셜뉴스	뉴스토마토, 이투데이
3명				오마이뉴스, 이데일리
2명				조선비즈

인터뷰에 응한 어느 법원 출입 기자의 설명에 따르면, MBC의 경우 원래는 8명 출입 기자 가운데 2명만 법원을 담당했는데, 검찰의 취재 보도 훈령이 발표된 것을 계기로 지난 4월부터 법원과 검찰을 담당하는 기자 수가 역전이 되어, 2명만 검찰을 담당하고 6명이 법원을 담당하고 있다. MBC만큼은 아니지만, 다른 언론사들도 검찰 담당 기자보다 법원 담당 기자의 숫자를 더 늘리는 추세인 것으로 파악됐다.

2) 주요 기관의 출입 제도 특징

교육부, 국토교통부, 금융거래위원회, 법조 등의 출입 언론사 및 기자단 현황을 살펴보면 공통적인 특징을 발견할 수 있다.

첫째, 언론사의 규모가 클수록 출입처에 배치하는 인력도 많다. 얼핏 보기엔 당연한 일이라고 생각할 수 있지만, 연구진이 보기에는 특이한 현상이다. 규모가 큰 해외 유수 언론은 소수의 기자에게 출입처를 부여하고, 나머지 대다수 기자들은 다양한 이슈를 취재하도록 한다. 출입 기자(beat reporter)를 통해 전문성을 확보하고, 일반 임무 기자(general assignment reporter)를 통해 다양성을 보완하겠다는 뉴스 전략으로 평가할 수 있다. 따라서 대형 언론사라 하여 특정 출입처에 더 많은 출입 기자를 배치하지 않는다. 그런데 많은 인력을 거느린 한국의 대형 언론은 그만큼 더 많은 인원을 출입처에 배정하고 있다. 앞서 살펴봤듯이 이러한 특성은 법조 출입에서 가장 분명하게 드러난다. 출입처 바깥에서 다양한 이슈를 직접 발굴하는 탐사형 또는 기획형 취재에 인력을 투입하지 않는 대신, 특정 출입처에 기자들을 더 많이 배치하는 것이다. 다시 말해, 한국에서는 대형 언론사일 수록 출입처 제도에 더 크게 의존하고 있고, 특히 법조 정보에 크게 기대고 있는 셈이다.

둘째, 상당수 출입처 기자들은 다른 출입처 또는 다른 임무를 복수로 맡고 있다. 예컨대 교육부 출입 기자로 3명이 등록된 어느 종합일간지의 경우, 3명 가운데 최고참 기자는 소속 언론사로 출근하여 데스킹 업무를 맡고 있고, 연차가 적은 주니어 기자는 교육부와 함께 서울시 교육청을 함께 담당하고 있다. 즉, 교육부에 상주하는 기자는 이른바 ‘2진’으로 불리는 기자 1명이고, ‘1진 기자’와 ‘3진 기자’는 데스킹 또는 서울시교육청 취재를 주된 임무로 하다가 현안이 발생할 경우 ‘2진 기자’를 돋는 방식으로 일을 한다. 소규모 언론사 역시 이러한 ‘복수 출입처’ 방식을 따르고 있는데, 교육부 출입 기자로 2명을 등록한 어느 경제지의 경우, 선배 기자는 교육부를 전담하고, 후배 기자는 서울시 교육청은 물론 사건팀 기자도 함께 맡고 있다.

위의 두 가지 특징을 종합하면 한국 언론이 출입처를 대하는 기본적 태도 또는 뉴스 전략이 드러난다. 첫째, 한국 언론은 가용한 모든 인력을 출입처에 배치한다.

둘째, 대형 언론사는 더 많은 인원을 출입처에 배치한다. 셋째, 개별 기자는 서로 다른 출입처를 복수로 담당한다. 넷째, 법조에는 다른 부처보다 훨씬 많은 출입 기자를 배치한다.

즉, 취재 보도 인력을 출입처 중심으로 편제하는 뉴스룸 관행은 모든 언론사의 공통점이고, 규모에 있어서만 차이가 있을 뿐이다. 기자 입장에서는 하나의 출입처를 온전히 감당하거나 두세 개 출입처를 동시에 감당하는 차이가 있을 뿐, 출입처를 중심으로 취재를 시작한다는 점에서는 소속 언론사의 구분이 없다. 또한, 출입처의 정보에 크게 의존하는 기본적 관행 가운데서도 법원과 검찰에 대한 의존도가 매우 높다.

3. 출입처 기자실의 운영 실태

지금까지 출입처 현황을 살펴보았는데, 이러한 뉴스룸 및 출입기관에서 기자들은 어떻게 취재 보도하는 것인지 구체적으로 파악하려는 것이 <연구 문제 2>, <연구 문제 3-1>, <연구문제 3-2>이다.

이와 관련해 우리는 모두 7명의 국내 기자를 조사했다. 조사는 3단계로 진행했다. 첫째, 연구 목적을 설명하고 다이어리 기록의 방법을 안내하는 사전 인터뷰를 진행했다. 둘째, 적어도 3일 동안의 취재 보도 일과를 기록한 다이어리를 받아 분석했다. 셋째, 다이어리 기록을 바탕으로 1시간 이상 대면 또는 영상 통화로 심층 인터뷰했다. 다만 출입 기자단 등록을 시도하고 있는 인터넷 미디어 기자 1명의 경우, 다이어리를 기록하지 않고 심층 인터뷰만 진행했다(<표 15> 참조).

조사가 이뤄진 시기는 기자마다 차이가 있는데, 5월 1명, 6월 1명, 7월 2명, 8월 2명, 9월 1명 등이다. 각 기자는 특정 주간(7일)을 정하여 그 가운데 3일을 골라 그 일과를 다이어리에 적었다.

〈표 15〉 출입처 취재 보도 실태 조사대상 기자

기자	부서	출입처
가	경제부	삼성, LG 등
나	사회부	경찰, 교육청
다	사회부	검찰
라	경제부	국토교통부 등
마	정치부	국회
바	사회부	법원
사	사회부	(밝힐 수 없음)

다이어리 기록의 특성상 개인의 구체적 일상이 드러나는 만큼 조사에 응한 기자들은 자신의 신원을 밝히지 말 것을 요청했고, 연구진은 그 요청에 따랐다. 다이어리 작성 및 심층 인터뷰에 응한 기자들이 속한 매체 유형만 밝히자면, 전국 종합일간지 3명, 지상파 방송사 1명, 통신사 1명, 경제지 1명, 인터넷 미디어 1명 등이다. 7명 기자들의 경력은 최소 2년에서 최대 15년이고, 이들 모두 2개 이상의 부서 또는 팀을 거쳤다. 조사 시점을 기준으로 (출입처를 밝힐 수 없는 인터넷 미디어 소속 기자를 제외한) 이들의 소속 부서와 출입처는 사회부 검찰, 사회부 법원, 사회부 경찰 및 교육청, 정치부 국회, 경제부 국토교통부, 경제부 전자·통신 기업 등이다.

1) 출입 기자의 하루

6명의 기자가 적은 3일의 기록 가운데 각각 전형적 하루를 골라 출입처 기자의 일과를 종합적으로 재구성해보았다. 기록이 작성된 날짜는 서로 다르지만, 이해를 돋기 위해 같은 날에 진행된 일과인 것처럼 적었다(〈표 16〉 참조).

(1) 오전 8~10시

모든 기자들은 이 시간에 소속 팀장 또는 부장에게 ‘아침 보고’를 한다. 그날 예정된 행사·기자회견·집회 등과 함께 출고할 예상 기사 목록을 적어 상급자에게 보고하는 것이다. 코로나의 영향으로 관공서 출입이 금지된 경우를 제외하면,

조사에 응한 출입처 기자들은 출입처 기자실에서 아침 보고를 했다. 기자실에는 해당 기자의 전용 책상과 의자(이를 기자들은 ‘부스’라 한다)가 있고, 각 언론사 부스들은 하나의 공간에 모여 ‘기자실’을 이룬다.

경찰, 지검, 지법, 국회 등을 출입하는 ‘나’, ‘다’, ‘바’, ‘마’ 기자가 매일 아침 출근하는 기자실은 해당 관청 사무실에 고정되어 있지만, 전자·통신·IT 기업을 담당하는 ‘가’ 기자가 출근하는 곳은 그때그때 다르다. 담당하는 기업이 많기 때문이다. 주로 삼성전자, LG전자, SKT 가운데 한 곳의 기자실을 찾는다. 국토교통부를 출입하면서 여러 대형 건설기업을 담당하는 ‘라’ 기자에겐 그런 선택지가 주어지지 않는다. 팀장급인 ‘라’ 기자는 매일 아침 신문사로 출근하여 부장의 곁에서 데스킹 업무를 돋는다.

아침 보고에서 출입처 기자들이 가장 먼저 확인하는 것은 ‘타사 보도’이다. 다른 언론사가 담당 출입처와 관련해 어떤 뉴스를 보도했는지 검토하는 것이 하루의 첫 번째 일이다. 연합뉴스 등 통신사와 전국종합일간지 등을 기본으로 점검하고, 출입처 성격에 따라 경제지 등을 추가로 검토한다. 국회에서 여당을 담당하는 ‘마’ 기자는 페이스북이나 트위터 등도 함께 살핀다. 주요 정치인이 소셜미디어에 올린 글이 곧 기사가 되기 때문이다.

전자우편함에 도착한 각종 보도·발표자료를 확인하는 것도 아침 보고 이전에 마쳐야 할 일이다. 국토교통부, 산하 공기업, 대기업 건설사 등을 담당하는 ‘라’ 기자는 매일 아침 10여 건 이상의 보도자료를 검토한다. 그 내용을 일일이 검증하는 것은 불가능에 가깝다. 개별 건설사의 홍보 자료는 대부분 건너뛴다. 국토교통부 발표자료는 기사 가치가 높으므로 잘 살펴본다. 전자·통신 기업을 담당하는 ‘가’ 기자도 대기업들이 보내는 보도자료를 하루 서너 건 이상 받는다. 그는 예전에 검찰 출입을 3년 동안 했었다. “검찰에서는 보도자료가 거의 없으니 아침마다 무엇을 보고할지 고민이었는데, 기업을 담당한 뒤로는 여러 보도자료가 많아 (발제 용) 기사 아이템을 고르는 부담은 많이 줄었다”고 ‘가’ 기자는 인터뷰에서 말했다.

통신사, 타사 보도, 소셜미디어, 보도자료 등을 살폈다고 아침 보고 준비가 끝나는 것은 아니다. 대부분의 출입처 기자들은 아침 보고 이전에 카카오 또는 텔레그램 등 메신저를 확인한다. 같은 출입처를 담당하는 타사 기자 몇몇과 함께 단체 메신저 방을 만들어 두고, 이곳에서 이른바 ‘풀(pool)’ 자료를 공유하기

때문이다. 여기서 풀 자료는 기자단 차원에서 공식적으로 대표 취재기자를 정하여 그 취재 내용을 두루 전파한다는 본래의 뜻과는 다르다. 공개 행사나 기자회견 등을 취재한 기자가 현장에 오지 못한 동료 기자들에게 취재 내용을 공유하는 것을 출입 기자들은 ‘풀 자료’라고 부른다.

“몸은 하나인데 동시다발적으로 발생하는 일은 많으니 서로 상부상조하는 것”이라고 국회를 출입하는 ‘마’ 기자는 인터뷰에서 말했다. ‘마’ 기자는 아침 출근길 버스 안에서부터 동료 기자들이 모여 있는 메신저 방을 확인한다. 아침 일찍 열리는 정당의 회의 내용, 각종 아침 라디오 프로그램에 출연한 정치인들의 발언 등이 올라와 있다. 이 모든 것을 잘 살펴 아침 보고에 반영해야 한다.

(2) 오전 10~12시

1990년대까지만 해도 기자들은 아침 보고 직후 잠시 한숨을 돌렸다. 그 시절, 조간신문 기자의 기사 마감은 오후 4~5시, 방송 기자의 기사 마감은 저녁 7~8시였다. 디지털 환경이 본격 도래한 뒤부터 그런 일은 불가능해졌다. 이제 모든 출입처 기자들은 아침부터 밤까지 수시로 ‘온라인 기사’를 작성한다. 온라인 기사는 지면 또는 전파에 실리지 않고 웹과 소셜미디어에만 게재되는 기사다. 온라인 기사 가운데는 온라인에만 출고하는 것으로 끝나는 경우가 있고, 온라인 버전을 다듬거나 보충하여 지면 또는 전파에 실릴 기사로 재작성하는 경우도 있다.

‘나’ 기자는 이날 출근 뒤 아침 10시까지 두 건의 기사를 ‘온라인용’으로 출고했다. ‘나’ 기자는 사회부 사건팀 소속이다. 그는 서울 시내 경찰서 3곳을 중심으로 이를 경찰서의 관내에 있는 대학, 시민사회단체, 병원, 소방서까지 담당한다. 그의 기자실은 3개 경찰서 가운데 가장 규모가 큰 곳에 있는데, 출근하자마자 수많은 출입처 관련 기사들을 검토한다. 이날 아침, 정의기억연대가 주최하는 수요집회가 예정대로 열린다는 기사를 연합뉴스가 보도했다. 해당 단체의 회계부정 논란이 거세던 시기였다. ‘나’ 기자는 연합뉴스의 기사를 바탕으로 10여 분 만에 짧은 기사를 작성해 출고했다. 아울러 전날 취재했던 정의기억연대의 회계 논란 기사를 역시 온라인에 출고했다.

국회를 출입하는 ‘마’ 기자도 이날 오전 두 차례에 걸쳐 온라인 기사를 썼다. 국회의장이 새로 선출됐다는 기사를 온라인용으로 출고했는데, 1시간여 뒤에 국회부의

장의 선출 소식까지 담아 보강했다. 이날 점심시간 직후에 온라인용 기사를 하나 더 썼다. 김두관 국회의원이 페이스북에 올린 글을 기사로 써서 출고하라고 데스크가 지시했기 때문이다. “그런 지시를 받으면 어떤 생각을 하느냐”고 인터뷰에서 물었더니 ‘마’ 기자는 이렇게 답했다. “그냥, 시키는 대로, 얼른 쓰고 치워버리자고 생각하지요.”

전자·통신 기업을 출입하는 ‘가’ 기자도 아침 보도자료 확인 직후, 유럽에서 열리는 가전 전시회에서 LG전자가 가상 전시관을 꾸몄다는 기사를 오전 10시께 온라인으로 출고했다. ‘가’ 기자는 이날 오후 3시께 이 기사를 보완하여 ‘지면용’으로 다시 출고하게 된다.

(3) 정오~오후 2시

직장인들에게 점심시간은 하루 중 가장 소중한 때이다. 업무 부담에서 잠시나마 벗어날 수 있기 때문이다. 출입처 기자들에게 점심시간은 업무 부담이 더욱 가중되는 시간이다. 법원을 출입하는 ‘바’ 기자는 이날 아침부터 정경심 재판이 열리는 법정에 직접 들어가 취재했다. 점심 무렵, 재판이 잠시 멈추자 근처 카페에 자리 잡고 오전 내내 취재한 내용을 정리했다. 이날 저녁 메인 뉴스에서 중요하게 다뤄질 기사이므로 긴급히 보고해야 했다. 식사는 빵으로 때웠다.

코로나로 인해 재택근무를 하는 상황이 아니라면, 그리고 긴급히 처리할 기사가 없다면, 출입처 기자들은 점심시간에 취재원을 만난다. 경찰을 출입하는 ‘다’ 기자는 검사 출신의 변호사를 타사 기자 몇몇과 함께 만나 밥을 먹었다. 국회를 출입하는 ‘마’ 기자도 타사 기자들과 함께 민주당 원내대표를 만났다. 간담회를 겸한 식사 자리였다.

경찰서를 출입하는 ‘나’ 기자는 이날 운이 없었다. 두 건의 기사를 온라인으로 출고한 뒤, “이날만큼은 평소와는 조금 다른 기사를 써보겠다는 마음으로” 일부러 지역 법원을 찾아가 어느 재판을 방청하고 있었는데, 데스크의 지시가 떨어졌다. 수요집회 현장을 직접 취재하여 다시 온라인용 기사로 출고하라는 내용이었다. ‘나’ 기자는 이날 오전 10시부터 오후 1시까지 3시간 동안, 경찰서에서 법원으로, 법원에서 다시 집회 현장으로 택시를 타고 바쁘게 이동하면서, 지면용 기사 두 건을 출고했다. 오후 1시 무렵 근처 카페에 앉을 수 있었지만, 그 자리에서도 수요집회 기사를 작성하여 온라인용으로 출고했다. 점심은 카페의 쿠키로 대신했다.

(4) 오후 2~4시

점심시간 이후부터 출입처 기자들의 업무 강도는 더 높아진다. 마감 시간이 임박했기 때문이다. 전자·통신을 담당하는 ‘가’ 기자는 오후 2시 무렵, 신문 지면에 실릴 이재용 삼성전자 부회장 기소 관련 기사를 출고했고, 오후 3시 무렵에는 오전에 온라인용으로 썼던 LG전자의 가상 전시관 기사를 지면용으로 다시 출고했다. 뒤이어 오후 4시 무렵에는 삼성전자가 새로 내놓은 휴대폰 기사를 지면과 온라인용으로 출고했다.

법원을 출입하는 ‘비’ 기자는 오전에 이어 오후에도 바쁜 취재 일정을 소화하고 있다. 원래는 정경심 재판을 종일 지켜볼 생각이었는데, 다른 법정에서 열리는 최강욱 국회의원 관련 재판 내용을 파악하라는 데스크의 지시가 떨어졌다. 정경심 재판이 열리는 법정을 나와서, 타사 기자들이 취재한 내용을 ‘풀’ 받아서 최강욱 재판의 내용을 데스크에 보고했다.

검찰을 출입하는 ‘다’ 기자는 국회 법제사법위원회에 출석한 추미애 법무부장관의 발언을 온라인으로 청취하면서 기사거리를 찾는 한편, 이날 발표된 검찰개혁 위원회의 권고안에 대한 검찰 내부 반응을 알아보느라 여기저기 전화를 걸었다. 10여 년 전에도 검찰을 출입한 적이 있는 ‘다’ 기자는 과거에 비해 검찰 취재가 더 어려워졌다고 느낀다. 언론 접촉을 담당하는 공보관을 제외하면, 어느 검사도 기자의 연락에 좀체 응하지 않는다.

팀장을 맡고 있는 ‘라’ 기자는 직접 취재 보도하라, 팀원이 보낸 기사를 데스킹하라 정신이 없다. 다른 출입 기자들과 달리 그는 아침부터 신문사의 뉴스룸에 앉아 있다. 예전처럼 기자 인원이 많았다면 팀장급인 그는 출입처 기자실로 출근했겠지만, 부장은 자신을 도와 기사 데스킹에 더 힘 쏟을 것을 요구하고 있다. 그렇다고 국토교통부 출입 기자의 부담에서 벗어난 것도 아니다. 오후 2시 무렵, ‘라’ 기자는 국토교통부의 브리핑을 온라인으로 취재하면서, 오후에 추가로 나온 국토교통부의 보도자료를 검토했고, 다음날 출고 예정인 부동산 관련 기사를 위해 민간업체 홍보담당자 및 국토교통부 대변인과 전화통화를 했으며, 그 와중에 팀원이 작성한 기사를 데스킹하여 최종 출고했다.

(5) 오후 4~6시

오후 4시 이후 기자들은 다음날 출고할 기사를 미리 취재한다. 어차피 내일이

와도, 아침부터 오후까지 각종 보도자료, 타사 보도, 데스크의 지시 등에 시달릴 것이 뻔하다. 평소 쓰고 싶었던 기사 아이템이 있다면, 취재원들이 아직 업무중인 오후 4~6시를 잘 활용해야 한다.

‘가’ 기자는 국회 입법조사처 홈페이지에 들어가 구글 관련 자료를 찾아보았다. ‘나’ 기자는 정의기억연대와 관련한 새로운 정보를 찾아볼 생각으로 국세청 홈페이지에 접속하여 공익법인 공시자료를 살펴보았다.

찾아볼 자료가 없다면 누군가와 밥을 먹는다. 검찰을 출입하는 ‘다’ 기자는 같은 출입처를 담당하는 타사 기자들과 함께 저녁을 먹었다. “취재원에 대한 접근이 제한된 검찰에서는 기사의 방향을 어떻게 잡을지가 매우 중요한데, 타사 기자들의 생각과 의견을 알아두는 것이 여론으로 요긴하다”고 ‘다’ 기자는 인터뷰에서 말했다. 국회를 출입하는 ‘마’ 기자는 타사 기자들과 함께 여당의 어느 국회의원과 저녁을 먹었다.

아침부터 저녁까지 온라인과 오프라인용 기사를 출고해야 하는 상황이므로 취재원과 대면 접촉하는 일은 오직 식사 시간에만 가능하다. 일과 시간 중에 수시로 출입처의 여러 사무실을 드나들며 고위 관료 또는 정치인들과 마주 앉아 대화하는 이른바 ‘사무실 마와리(순찰)’ 취재는 옛일이다.

(6) 오후 6~8시

과거와 비교해 달라지지 않은 것도 있다. 출입처 기자들에게 퇴근 시간은 따로 없다. ‘가’ 기자는 오후 11시부터 시작된 삼성전자 신규 핸드폰 홍보 행사를 온라인으로 취재하고 홍보실 담당자와 전화 통화했다. ‘리’ 기자는 저녁 늦게 나온 국토교통부 보도자료를 검토하여 밤에라도 기사를 처리할지 말지 결정해야 했다. 정경심 재판과 최강욱 재판을 동시에 취재하느라 정신이 없었던 ‘마’ 기자는 같은 팀의 선배와 늦은 저녁을 먹으면서 최근 법조계 현안에 대해 이야기를 나눴다. 타사 기자들과 밥을 먹은 ‘다’ 기자와 국회의원과 밥을 먹은 ‘마’ 기자의 저녁 자리는 밤 10시가 넘도록 끝나지 않았다.

출입처가 다른 ‘가’, ‘나’, ‘다’, ‘라’, ‘마’, ‘비’ 기자는 잠들기 직전, 똑같은 행동을 했다. 이들은 포털, 소셜미디어, 메신저를 차례로 열어 새로 올라온 자료나 뉴스가 없는지 살펴보았다. 다음날 아침에 눈뜨면 가장 먼저 할 행동이기도 했다.

<표 16> 기관별 출입 기자들의 하루 재구성

기자	가	나	다	라	마	바
부서	경제부	사회부	사회부	경제부	정치부	사회부
출입처	전자통신·IT 관련 대기업	A경찰서, 시교육청 등	서울지검	국토교통부, 대형건설사 등	국회	서울지법 등
작성일 시간	9월 1일	5월 11일	7월 27일	8월 31일	6월 5일	7월 23일
~오전 8시	· 재택근무 · LG 전자 전시회 · 보도자료 검토	· 경찰서 기자실 · 신문 및 연합뉴스 · 기사 검토 · 아침 보고	· 지검 기자실 · 신문 및 온라인 · 관련 기사 검토	· 재택근무 · 신문 기사 검토	· 국회 기자실 · 신문 및 온라인 · 기사 검토	· 지법 기자실
오전 8~9시	· 신문 기사 검토	· 연합뉴스 참고하여 수요집회 개최 기사 출고(온라인)	· 아침 보고	· 국토교통부, 부동산 업체 등 보도자료 검토	· 매신저의 통로 기자 취재 메모 검토	· 방송 및 신문 기사 검토 · 재판 일정 확인
오전 9~10시	· 전자통신·IT 기업 보도자료 검토 · 아침 보고	· 정의기억연대 회계 논란 기사 출고(온라인)	· 검찰 인사 관련 서울지검 분위기 전화 취재	· 아침 보고	· 아침 보고 · 같은 팀 선배와 약식 회의	· 아침 보고

기자	기	나	다	라	마	바
오전 10~11시	부장 통화 · LG전자 기사 출고(온라인)	경찰서에서 지법으로 이동	경찰 인사 관계 기사 작성 및 출고	부장 통화 · 국토부 추가 보도자료 검토	국회의장 선출 기사 출고(온라인)	· 경경심 재판 취재
오전 11~정오	· 이재용 삼성 부회장 기소 관련 삼성 입직원 반응 전화 취재	수요집회 기사 출고(지면) · 정의연 회계 논란 기사 출고(지면)	· 업계 전문기·전화 취재	국회부의장 선출 추가 허여 기사수정(온라인)		
정오~오후 1시	· 혼자 식사 삼성전자 신규폰 스펙 조사	· 지법에서 재판 취재 중 수요집회 현장으로 이동 · 일본대사관 앞 수요집회 취재	· 최재원(변호사) 및 타사 기자들과 식사	민주당 원내대표 간담회 · 혼자 식사	· 오전 재판 내용 정리하여 보고	
오후 1~2시	· LG전자 전시회 사이트 접속 및 취재	· 카페에서 식사 · 수요집회 현장 기사 출고(온라인)	· 석간신문 및 온라인 관련 기사 검토	· 김두관 의원 페이스북 기사 출고 (온라인) · 국회 개원 관련 국회의장실 관계자 전화 취재		
오후 2~3시	· 이재용 기사 출고 (지면+온라인)	· 추미애 법무장관 국회 법사위 발언 취재 (지검 기자실에서 온라인 영상으로 취재)	· 국토부 백브리핑 온라인 취재	국회 개원 관련 민주당 관계자 전화 취재	· 경경심 재판 취재	

기자	가	나	다	라	마	바
오후 3~4시	· LG 전자 기사 출고 (지면) · 내일 작성할 기사 아이템 취재			· 내일 작성할 기사 아이템 취재 · 기사 관련 국토부 보도자료 등 검토	· 국회 개원 관련 국회 사무처 관계자 전화 취재	· 경경심 재판 취재 · 도중 나와서 최강우 재판 관련 취재
오후 4~5시	· 삼성전자 신규폰 기사 출고 (지면+온라인)	· 집으로 퇴근		· 민간업체 홍보담당자 전화 취재 · 국토부 대변인 및 담당 과장 전화 취재	· 내일 기사 관련 국회의원 전화 취재	· 최강우 재판 풀네용 획보하여 보고 · 경경심 재판 취재 내용 보고 · 오늘 리포트 내용을 팀장과 상의
오후 5~6시	· 구글 관련 국회 입법조사처 자료 검토		· 국세청 흠페이지 공의법인 공시자료 취재	· 내일 기사 관련 법안 검토 · 내일 일정 보고	· 예산처의 동료 기자 취재 예모 검토	· 리포트 기사 출고
오후 6~7시					· 조간신문 기판 확인	· 리포트용 발언, CG 등 협업 · 리포트 오디오 송출
오후 7~8시	· 식사 및 휴식			· 식사		· 뉴스 리포팅
오후 8~9시				· 타사 기자들과 식사	· 국회의원 및 타사 기자들과 식사	
오후 9시~	· 삼성전자 신규폰 온라인 행사 취재 · 삼성전자 홍보실 전화 취재			· 식사 및 휴식	· 국토부 추가 보도 자료 검토	· 팀 선배와 식사

2) 출입처 취재 보도 관행의 특성

6명 기자의 다이어리, 그리고 이들을 포함한 7명 기자와의 심층 인터뷰를 바탕으로 출입처 취재 보도 관행의 특징을 살펴보면, 출입처의 단점 또는 폐해로 지적됐던 관행이 사라지는 추세가 발견됐지만 새로운 문제가 드러났다. 디지털 미디어 환경과 관련해 과거에 없던 관행도 생겨나고 있다.

(1) 쏟아지는 자료와 ‘디지털 순회 취재’

‘가’ 기자는 전자·통신·IT를 담당한다. 구체적으로 살펴보면, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회 등 정부 중앙 부처를 출입하면서, 삼성전자·LG전자·SKT·KT·LGU+·네이버·카카오 등 대기업과 그 하위 계열사까지 담당한다. 이를 출입처가 내놓는 보도자료만 하루 10건 이상이다. 여기에 더해, 각 기업의 신제품 설명회 등 기자회견이나 간담회가 1주일에 2~3회 열린다.

‘라’ 기자는 국토교통부 및 주택공사·도로공사 등 국토부 산하 공기업을 출입하면서, 삼성물산·현대건설·대우건설·대림산업 등 10대 국내 건설사를 담당한다. 국토부는 하루 3건 이상의 보도자료와 2~3건의 설명자료를 낸다. 여기서 설명자료란 청와대 및 다른 부처의 보도·발표자료 가운데 국토부의 추가 설명이 필요한 대목을 정리해 따로 내놓는 보도자료다. 여기에 10대 건설사 통틀어 하루 3~4건의 보도자료가 나온다. 그밖에도 공기업의 보도자료까지 더하면, ‘라’ 기자가 하루에 받아보는 주요 보도자료만 10건이 훌쩍 넘는다.

국회를 출입하는 ‘마’ 기자는 더불어민주당과 정의당을 출입한다. 출입기관은 간명하지만, 보도자료는 더 많다. 각 정당이 발표하는 보도자료, 대변인이 내놓는 논평, 주요 회의 발언 자료 등을 합하면 하루 최소 10건, 많게는 20건에 이른다. 그밖에도 국회 기자회견장에서 각 정당과 단체들이 주최하는 기자회견의 회견 자료도 10여 건이 넘는다.

출입처를 주시하는 기자들에게 보도자료는 출입처의 중요한 정보가 담긴 취재원 (news source)이다. 이를 함부로 무시하기 어렵다. 그런데 각 기자가 감당해야 할 절대량이 점점 더 많아지고 있다. 인력이 줄어들었기 때문이다.

‘가’ 기자가 속한 언론사의 전자·통신·IT 담당은 원래 3명이었는데, 지금은

2명으로 줄었다. ‘가’ 기자는 온라인을 포함해 하루 3~4건의 기사를 작성하고, 일주일에 3~4건의 경제면 톱 기사를 쓴다. “전자 통신 분야에서 그 정도 기사를 쓰지 않으면, 지면을 메울 수가 없다”고 ‘가’ 기자는 말했다.

‘라’ 기자가 속한 언론사의 부동산 담당 기자는 2명이다. 그런데 데스크 인력이 부족한 언론사 사정 때문에 ‘라’ 기자는 부장 업무를 도와 내근하고 있다. 그렇다고 데스킹에 전념하는 것이 아니라 부동산 분야의 기사를 직접 취재 보도하는 일을 겸하고 있다. “국토부가 있는 세종시를 한 번도 내려가 보지 못했다”고 ‘라’ 기자는 인터뷰에서 말했다.

출입처를 중심으로 하는 뉴스룸 편제는 그대로인데 이를 담당할 기자가 줄어드는 상황에서 출입 기자들은 ‘백업 체제’를 활용하고 있다. 국회를 출입하는 ‘마’ 기자가 속한 언론사의 국회 출입 기자들은 2000년대 초반까지만 해도 정당 의원들을 계파별 또는 지역별로 세분하여 담당했다. 그러나 이제는 그런 구분이 없다. “여당 담당 기자 4명이 모든 의원을 동시에 담당하면서 서로 ‘백업’ 해준다”고 ‘마’ 기자는 설명했다. 어느 기자가 다른 일로 바쁘다면, 다른 기자가 그 기자 뭇까지 떠맡는다는 것인데, 이로 인해 개별 기자가 검토해야 하는 업무량 역시 늘어날 수밖에 없다.

보도자료의 절대량이 많아지면 출입처 기자들로선 신속하고 간편하게 자료를 검토하는 방식을 택할 수밖에 없다. 디지털 환경은 이를 부추긴다. ‘브리핑 제도’가 도입되기 이전인 2000년대 초반까지 출입처 기자들의 중요한 취재 경로는 사무실 순회(속칭 ‘마와리’)였다. 과거 브리핑제 도입에 반발한 일부 기자들의 논리는 ‘정부 부처 및 기관의 사무실에 직접 접근할 수 없다면 권력 감시가 불가능해진다’는데 있었다. 고위 공무원 등 관련자를 직접 만나 이야기하는 것이 한국 출입처 기자들에게 매우 중요했다는 뜻이기도 하다. 그러나 2003년 브리핑제 도입 이후 17년이 지난 2020년, 한국 기자들의 주요 취재 경로는 사무실 순회에서 디지털 순회 또는 속칭 ‘디지털 마와리’로 변화한 것으로 보인다.

사건팀에서 일하며 서울 시내 모 경찰서와 교육부 2진(서울시 교육청 담당)을 함께 담당하는 ‘나’ 기자는 매일 아침 보고에 앞서 담당 시민사회단체 및 주요 대학 총학생회의 웹 페이지 및 페이스북 계정에 들어가 각종 일정 및 행사를 점검한다. ‘나’ 기자는 이에 대해 “일종의 ‘마와리’를 도는 것”이라고 설명했다. 다이어리 기록을 종합해 보면, 출입 기자들이 취재원을 오프라인에서 접촉하는 경우는 매우

드물고, 전자우편과 메신저로 쏟아져 들어오는 각종 보도자료 검토, 이와 연관한 포털 검색, 페이스북 등 소셜미디어 모니터링 등에 대부분의 시간을 쏟고 있었다.

‘디지털 순회 취재의 관행화’라 부를 수 있는 이런 현상의一面에는 각종 정보가 디지털을 통해 투명하게 공개된 환경이 있다. 소수의 기자와 소수의 취재원이 때로는 담합을 동원해 정보를 교환했던 과거의 상황에 비춰보면 정보의 투명성이 그만큼 높아진 결과라고 평가할 수 있다. 그러나 일련의 ‘디지털 순회 취재’의 동선이 여전히 담당 출입처에 국한된 것은 출입처 취재 관행의 무대가 오프라인에서 온라인으로 옮겨 갔을 뿐이라고 볼 수도 있다.

특히 디지털 플랫폼으로 쏟아지는 각종 자료를 검토하여 기사 작성 여부를 신속히 판단하는 과정이 일상화된 것은 또 다른 문제를 낳는다. 사실 검증 과정이 생략되기 쉬어 뉴스의 품질이 낮아지는 것은 물론 대동소이한 기사를 여러 매체가 동시에 보도하는 일이 빈번해지는 것이다.

(2) 뉴스 흥수와 뉴스 사막

다이어리와 심층 인터뷰 자료를 종합하면, 매일 출입처에서 쏟아지는 방대한 보도 자료를 처리하기 위해 출입 기자들이 일종의 ‘양극적 선택’을 한다는 것을 알 수 있다.

우선 보도자료 가운데 처음부터 검토 대상에서 배제되는 영역들이 생긴다. ‘가’ 기자는 “대기업 보도자료 중심으로 살피게 되고, 나머지는 건너 뛴다”고 말했다. 이렇게 되면 전자 업계 및 그 시장 전반을 다루기보다는 삼성과 LG 등 대기업 이슈에 집중하게 된다.

국토교통부를 출입하는 ‘라’ 기자는 “항공사나 코레일 등 교통 분야의 기관과 기업도 담당하지만, 부동산 문제가 워낙 크니까 교통 기사는 거의 쓰지 않게 된다”고 말했다. ‘라’ 기자의 출입처는 엄연히 ‘국토’와 ‘교통’을 동시에 담당하는 국토교통부이지만, 최근 몇 달 동안 교통 관련 기사는 한 번도 쓰지 않았다.

‘가’ 기자와 ‘라’ 기자의 상황만으로 단정할 수는 없겠지만, 한국의 종합일간지에서는 전자부품을 만들어내는 중소기업들과 많은 사건·사고 및 이슈들이 발생하는 교통 분야의 기사를 찾아보기 힘들고, 이들 영역은 일종의 ‘뉴스 사막’ 지대로 남겨져 있다고 볼 수 있다.

“한국 언론의 비극이 여기 있는 것 같다. 기자는 엄청 많은데, 한 매체의 기자가 많은 게 아니라, 매체들이 많고 각 매체의 기자는 적다. 그러니 120명이 넘는 국토교통부 출입 기자들이 부동산 기사만 쓰고, 기자단 전체를 통틀어 교통이나 항공 기사 쓰는 기자는 극히 드물다. 어느 출입처나 마찬가지겠지만…: 이건 비극이다. 출입처마다 보도되지 않는 영역이 있다.”(‘라’ 기자)

그 반대편에서 여러 언론의 기자들이 동시다발적으로 보도하는 ‘뉴스 흥수’ 지대도 있다. 국회에 출입하는 ‘마’ 기자는 6월 5일 오후 1시께 김두관 국회의원이 자신의 페이스북에 올린 글을 온라인용 기사로 썼다. 앞서 설명한 것처럼, 온라인 기사는 지면 또는 전파에 실릴 만한 기사는 아니지만, 시의성 또는 화제성이 높아 인터넷으로 급하게 출고하는 기사를 뜻한다.

이날 오전 ‘마’ 기자는 같은 출입처의 타사 기자들과 함께 만든 카카오톡 방에 어느 기자가 올린 김 의원의 페이스북 글 링크를 확인하고, 소속 언론사 정치부 기자들의 텔레그램 방에 이를 보고했다. 두어 시간 뒤, 데스크는 ‘마’ 기자에게 기사 작성을 지시했다. ‘마’ 기자는 원내 구성과 관련한 기사를 쓰겠다고 아침에 발제했고, 오전부터 관련 취재를 진행중이었다. 점심 시간에는 더불어민주당 원내총무의 기자 간담회가 진행됐다. 그 와중에 원내 구성과 상관없는, 이낙연과 김부겸 등 대선 주자들의 당권 도전을 비판하는 김 의원의 의견 글을 온라인용 기사로 쓰라는 지시를 받은 것이다.

국회 담당 기자는 ‘단순 온라인 기사’를 하루 2~3건 정도 작성한다고 ‘마’ 기자는 인터뷰에서 말했다. 포털 다음에서 ‘김두관’, ‘페이스북’ 등을 키워드로 검색해보면, 이날 하루 동안 김 의원의 페이스북 내용을 보도한 매체는 적어도 19곳이다. 내용은 간단하고 대동소이하다. ‘마’ 기자의 기사는 그런 ‘뉴스 흥수’에 한 바가지의 물을 보탠 셈이 됐다. 정신없이 바쁜 와중에 원래 취재하던 것과 별 상관없는 이슈를 온라인용 기사로 쓰라는 지시를 받으면 어떤 기분이냐고 ‘마’ 기자에게 물었다.

“‘빨리 쓰자, 빨리 처리하자’고 생각한다. 빨리 쓰고 치워야 다른 취재를 할 수 있으니까. (내가 생각하기에는) 안 써도 되는 기사인데 쓰라는 지시가

내려오면 (왜 그런지 묻지 않고) 그냥 빨리 처리하자는 마음가짐으로 지내고 있다. 그래야 내가 쓰고 싶은 기사를 쓰는 데도 도움이 된다.”(‘마’ 기자)

‘마’ 기자의 경우에서 볼 수 있듯이 출입처 기자들이 대동소이한 기사를 쓴아내는 ‘뉴스 흥수’의 이면에는 두 가지 요소가 동시에 작용한다. 첫째, 쉽게 접근할 수 있는 공개된 자료가 이미 존재한다. 보도자료, 소셜미디어, 또는 통신사의 기사 등이 이미 공개되어 있다. 둘째, 종이신문이나 메인방송뉴스가 아니라 언론사의 웹 페이지에만 게재할 목적으로 작성하는 기사이므로, 기자는 물론 데스크도 사실 검증 과정을 소략한다. 즉, ‘간단히 확인하여 얼른 써서 빨리 출고하는 것’만 중시된다.

조사에 응한 대부분의 기자들도 온라인 기사에 대해 비슷한 태도를 갖고 있었다. 출입 기자들은 이런 부류의 기사를 ‘디지털 기사’ 또는 ‘속보 기사’ 등으로 표현하지 않고 ‘온라인 기사’라고 불렀다. 그 반대의 개념은 ‘오프라인 기사’, 즉 신문지면이나 방송 전파를 타는 기사이다. 기자들은 그간의 경험을 바탕으로 ‘오프라인 기사는 공들여 쓰고, 온라인 기사는 (공들이지 않고) 빨리 쓴다’는 관념을 갖고 있었다.

경찰서를 출입하는 ‘나’ 기자는 5월 13일 다이어리의 아침 취재 보도 활동란에 ‘라인 연합 기사 작성’이라고 적었다. 무슨 뜻인지 나중에 물어보니, “연합(뉴스를) 살펴 보고 (출입처 관련 기사가 있으면) ‘우라까이’(발췌하여 재구성) 하는 것”이라고 설명했다. 이날 ‘나’ 기자가 옮겨 쓴 기사는 회계를 둘러싼 논란에도 불구하고 정의기억연대가 수요집회를 예정대로 개최한다는 단순 사실 보도였다.

“(출입처와 관련한) 연합뉴스를 모두 따라 쓰는 것은 아니고, 내가 보기에 중요하다 싶은 것은 (데스크 지시 없어도) 그냥 (기사를 작성해) 올려놓기도 하고, 나중에 데스크가 (연합뉴스를 살펴보고) 연락을 해서 (온라인 기사를) 쓰라고 지시하기도 한다”고 ‘나’ 기자는 인터뷰에서 말했다. 즉, 데스크의 지시가 내려오기 전에 미리, 그리고 빨리 기사를 출고해둔다는 것이다. 그래야 자신의 여유 시간과 독자적인 취재 보도 시간을 더 많이 확보할 수 있다는 것이다.

이번 연구에서 다이어리 기록은 각 기자가 3일 동안 진행한 취재 보도의 구체 내용을 적는 방식으로 진행했다. 사례 수가 적어 통계적 의미는 없지만, 조사에

응한 모든 기자들은 하루 평균 3~4건의 기사를 작성했다. 이 가운데 절반 이상은 온라인 기사였다. 하루 12시간을 쉼 없이 일한다 해도 3~4시간 만에 1건의 기사를 작성하는 셈인데, 당연히 개별 기사의 품질이 높아지기는 어렵다. 기자들도 경중을 가려 취재하고 보도할 수밖에 없는데, 온라인 기사는 지면 또는 전파를 타는 기사에 비해 소홀히 취급하는 것이다.

이는 역설적인 악순환을 낳는다. 디지털 독자들에게 접근하려고 디지털 플랫폼에 여러 기사를 신속하게 출고하지만, 그 품질 관리가 이뤄지기 힘든 탓에 오히려 독자들이 기사를 전반적으로 불신하게 된다.

그럼에도 불구하고 출입 기자들이 온라인 기사의 압박을 받는 데는 이유가 있다. 국토부를 출입하면서 데스크 업무를 겸하고 있는 ‘라’ 기자는 뉴스룸의 간부들이 디지털 환경에서 어떤 뉴스 전략을 취하고 있는지 살펴볼 수 있는 위치에 있다. ‘라’ 기자는 “일이 터지면 억지로라도, 무조건 써야 하는 분위기”라고 말했다.

“디지털 (역량을) 강화한다고 하는데, 그 실체가 뭐냐 하면, 네이버에서 조회수 많이 나오는 기사를 써야 한다는 것이다. 부동산 이슈가 터지면, 우리 기사가 네이버에서 조회수 얼마 나오는지 (간부들이) 쳐다보고 있다. 그래서 양으로 승부하려고 한다. 보도자료 나오면, 다른 언론에서 다 썼어도, 또 쓰라고 한다. 심지어 네이버에서 조회수 많이 나오는 다른 언론사 기사가 있으면, 우리도 그 자료 받아서 똑같은 기사를 쓰라고 한다. 내용이 똑같고 조금 늦게 보도해도 제목만 잘 바꾸면 조회수 높일 수 있다고 생각하는 거다. 선무당이 사람 잡고 있다.”(‘라’ 기자)

검찰을 출입하는 ‘마’ 기자는 “가장 먼저 보도해야 포털 조회 수가 높아지고, 뒤늦게 쓰게 됐다면 같은 내용을 여러 개로 쪼개어 보도해야 조회 수를 높일 수 있는데, 이걸 처리하느라고 일선 기자들이 많이 힘들다. 다른 것을 취재할 시간도 사라진다”고 인터뷰에서 말했다.

한국 언론이 겪고 있는 모든 문제의 원인이 포털에 있지는 않을 것이다. 다만 간편하게 접근할 수 있는 자료에 기초하여 사실 검증을 소략한 채 신속하게 보도하고, 이를 다른 언론들이 따라 쓰는 ‘뉴스 흥수’의 이면에는 포털에서 벌어지는 ‘조회

수 경쟁'이 있는 것이 사실이다.

뒤집어 보자면, 이런 경쟁 구조에 적응하기 위해 한국 언론사들이 출입처 중심으로 조직을 편제했다고 볼 수도 있다. 사람들의 이목이 집중되는 이슈를 신속하게 보도하려면 각종 자료를 빨리 확보하여 처리하는 출입처 제도가 필요하고, 어디서 어떤 이슈가 터질지 알 수 없다면, 가능한 모든 인력을 모든 출입처에 배치해야 하는 것이다.

(3) 출입 기자들의 상부상조, '꾸미'

압박에 처한 출입 기자들은 나름의 대응책을 마련했다. 같은 출입처의 기자들끼리 서로 돋고 있다. 국회를 출입하는 '마' 기자는 거의 매 시각 메신저를 점검한다. 그가 주요하게 점검하는 카카오 및 텔레그램 대화방은 모두 4개다. 정치부장 이하 정치부 기자들이 참여하는 '부서방', 민주당 담당 기자들이 참여하는 '여당방', 그리고 친분 있는 기자들의 사적 모임인 2개의 '꾸미방' 등이다. 이 가운데서도 서로 다른 기자들이 참여한 '꾸미방'에 수시로 올라오는 각종 속보 링크, 보도자료, 주요 발언록 등을 '마' 기자는 지속적으로 점검한다.

'꾸미'의 원래 뜻과 유래는 정확하지 않다. 한국 기자들의 은어에는 일본어가 많이 활용되는데, '조직'을 뜻하는 일본어 꾸미(くみ)에서 비롯했다는 주장이 유력하다. 이 용어가 기자들 사이에서 널리 쓰인 것은 2010년대 이후인 것으로 추정된다. 그 전에도 몇몇 매체의 기자들이 집단을 이뤄 취재원을 만나는 관행이 있었지만, 오늘날의 꾸미는 과거의 '떼거리 취재' (pack journalism)와 차이가 있다.

첫째, 과거 출입처의 떼거리 취재는 종합일간지, 방송, 지역일간지, 인터넷매체 등 매체 유형별로 구분되는 언론사 소속 기자들끼리 뭉치는 것이 일반적이었지만, 최근의 꾸미는 '개인적 친분'의 요소가 매우 강하다.

경찰서를 담당하는 '나' 기자의 경우, 같은 출입처에 있는 다른 기자 2명과 함께 '꾸미'를 만들었는데, 통신사, 종합일간지, 경제지 등에 소속된 이들 3명은 언론사 입사 시험을 함께 준비한 '스터디 팀'이었다. 그때부터 인연을 맺었던 친구 및 선후배끼리 같은 출입처에서 만나 취재정보를 공유하는 사적 조직을 만든 것이다.

국회를 출입하는 ‘마’ 기자는 과거 출입처였던 경찰청에서 만났던 기자들 가운데 지금은 국회를 출입하고 있는 6명의 기자들을 모아 꾸미를 만들었다. 소속 매체 유형별로 보면 방송, 통신, 종합일간지, 경제지 등으로 다양하다. 즉, ‘꾸미’를 형성하는 가장 중요한 요소는 상호 신뢰다. 서로 얼마나 믿고 의지할 수 있는지, 얼마나 친한지 등이 꾸미의 멤버가 되는 핵심 자격이다.

둘째, 과거의 떼거리 취재와 비교해 꾸미 취재가 갖는 중요성이 더욱 높아졌다. 출입처 기자단이 중심이 되고 떼거리 취재를 위한 소그룹이 부차적이었던 과거와 비교하자면, 오늘날의 출입처에서는 꾸미가 취재 보도의 핵심이 되고 출입처 기자단은 느슨한 상태로 유지되고 있다.

‘마’ 기자가 속한 꾸미 카톡방에는 보도자료, 브리핑자료, 기자회견문, 주요 회의록 등은 물론 주요 정치인의 페이스북 글, 특정 언론의 단독 또는 속보, 주요 정치인의 백브리핑까지 수시로 업로드된다. 하루 최소 5건, 많으면 40건의 각종 자료, 링크, 문서가 꾸미방에 올라온다. 규칙이 정해진 것은 아니지만, 꾸미에 소속된 기자들이 자발적으로 각자 취재하거나 수집한 정보를 공유하는 것이다.

“예전에는 조간이나 석간이 발행될 때, 그 시각에 맞춰 (특종 기사 등을) 체크하면 됐다. 그런데 지금은 기사가 (디지털 플랫폼에서) 수시로 나온다. 기자 입장에서는 그걸 체크하지 못할 수가 있다. 물먹은 것도 모르고 지나는 경우가 생긴다. 그러면 안되니까 서로 체크해서 올려주는 거다. 꾸미에서 (과거 출입 기자단의 관행과 마찬가지로) 밥 먹는 자리도 만들지만, 그것만이 아니라 발언, 브리핑 자료 등을 공유한다. 그게 일상적이다. 상부상조다. 서로 도와주는 거다. 혼자 일일이 검색하자면 업무량이 많아지니까.”(‘마’ 기자)

꾸미의 충원은 개인 추천으로 이뤄진다. 어느 기자가 출입처를 옮겨 결원이 생기면, “지나치게 많아도 곤란하지만 너무 인원이 적어도 (정보 공유에) 문제가 되니까, 원래 꾸미에 있던 기자의 추천을 받아 다른 기자를 충원한다”고 ‘마’ 기자는 설명했다. 출입처에 새로 들어온 기자가 평소 친분이 있던 기자에게 ‘너의 꾸미에 들어가게 해달라’고 요구하는 일도 있다.

법원 출입 기자들에게도 꾸미는 꼭 필요하다. 매일 ‘족보’를 피의해야 하기 때문이다. 여기서 족보는 주요 재판 일정을 정리해둔 목록을 가리키는 법조 기자들의 은어다. ‘바’ 기자는 대법원, 헌법재판소, 서울고등법원, 서울중앙지법 등에서 열리는 주요 재판 일정을 매주 업데이트하여 팀 차원에서 공유한다. 보통 120~130건의 재판 일정이 정리되어 있다. “법원 기자에게 가장 중요한 취재자료”라고 ‘바’ 기자는 밀했다. 이 족보를 바탕으로 팀장 등이 어떤 재판을 취재할지 매일 아침 지시한다.

‘바’ 기자는 팀 차원에서만 족보를 공유하지만, 다른 법원 기자들은 꾸미를 통해 그 일정을 관리한다. 특히 출입 기자 인원이 많지 않은 군소 언론사의 기자들은 반드시 이 꾸미에 합류한다고 ‘바’ 기자는 설명했다. 통신사 기자들, 그리고 통신사가 아닌 기자들이 각각 모여 있는 꾸미가 따로 있는데, 소속 언론사 차원에서 족보를 관리하는 대형 언론사 기자들도 “누수를 막기 위해” 꾸미에 참여해 족보를 교차 확인한다. 여기서도 상호부조 원칙이 적용된다. 소속 언론사 차원에서 파악한 족보를 메신저 방에 올리면, 그 대가로 다른 언론사의 족보를 받아볼 수 있다.

출입처 기자단의 폐쇄성은 디지털 환경의 도래와 함께 상당한 수준으로 느슨해졌지만, 더 미시적이고 복잡한 형태의 기자 집단이 출입처마다 복수로 존재한다는 것을 이번 연구를 통해 알 수 있었다. 실시간으로 정보와 기사를 점검해야 하는 디지털 시대의 새로운 관행인 셈이다.

한국 언론의 이러한 관행을 극적으로 상징하는 조대형 대화방도 있다. 조사에 응한 기자 가운데 한 명은 ‘입사자 단톡방’이 있다고 말했다. 언론사에 입사한 해를 기준으로 국내 대다수 언론사의 주니어급 기자들이 가입한 단체 카톡방이 있다는 것이다. 2014년 무렵부터 매년 입사자 방이 생겼고, 2019년 입사자 단톡방의 경우, 2020년 5월 현재 432명이 가입해 있다. 2019년 입사자여야 하고, 이미 가입한 기자의 추천과 보증을 받아야 한다는 것이 가입 조건이다. 매체의 규모, 성격 등은 가리지 않는다. 이 단톡방은 주로 취재원의 연락처를 공유하는 목적으로 쓰이고 있다.

(4) 기자단의 해체와 지체

‘꾸미’에 비해 출입처 기자단의 위세와 효용은 많이 약화됐다. 연구 결과, 국회와 기업은 과거와 같은 형태의 출입 기자단이 사실상 해체된 상태로 보인다.

“삼성전자는 기자단 가입 규약이 따로 없다. 회사 이름, 전화번호, 간단한 본인 프로필을 써서 제출하면 보도자료 등을 보내 주는 이메일 리스트에 올라갈 수 있다. 신생 매체라거나, 네이버 등 포털에 기사가 노출되지 않는 언론이라 해도 명함을 주면 (이메일 리스트에) 등록해준다. 홍보에 제한을 두지 않는다.”(‘가’ 기자)

‘가’ 기자의 설명을 보면, 삼성전자를 필두로 하는 주요 대기업들은 기자단 가입의 문턱을 사실상 없애는 한편, 모든 언론을 상대로 정보를 공개하는 방식을택하고 있다. 기자단의 원조격인 일본의 기업들이 최근 10여년 사이에 그랬던 것처럼, 한국의 대기업들도 사옥에서 기자실을 없애고 별도의 건물에 홍보실 또는 기자실을 마련하고 있다. 삼성전자의 경우, 서초동 사옥이 아니라 중구 태평로에 홍보실과 기자실을 마련했고, SKT도 본사 건물 맞은편에 따로 기자실을 설치했다.

대신 기자실은 완전 개방형으로 운영된다고 ‘가’ 기자는 설명했다. 삼성전자 기자실의 경우, 최대 100명 이상 앉을 수 있는 의자와 책상이 고정석 없이 개방돼 있다. 삼성전자가 발송하는 전자우편 리스트에 등록되지 않았다 해도 기자 명함만 있다면 누구나 이용할 수 있다. 그렇다고 대단한 편의가 제공되는 것은 아니다. 예전에는 전화와 인터넷을 사용할 수 있는 공간이 필요했지만, 이제는 와이파이를 어디서건 쓸 수 있으므로 굳이 기업 기자실에 들어와야 할 이유도 사라졌다는 것이다.

아직 출입 기자 등록절차가 남아 있는 국회에서도 실질적으로는 기자단 가입의 장벽이 사라진 것으로 보인다. 국회를 출입하는 ‘마’ 기자의 설명을 보면, 어느 정당이건 출입 기자에 제한을 두지는 않는다. 즉 2000년대 중반까지 있었던 ‘정당 출입 기자단’이라는 개념은 사실상 사라진 것으로 보인다. 대신 ‘국회 출입 기자단’이 있는데, 여기서도 기자단 차원의 결정이나 담합은 거의 없고, 장기 출입증을 발급받거나 국회 안에 고정석을 배정받는 수준이다.

“국회는 출입하겠다는 언론사 어디건 개방돼 있다. 출입증도 쉽게 만들 수 있다. 다만 (고정석인) 부스를 확보하려면 얼마나 오랫동안 국회에 정기 출입했는지 등을 증명해야 한다.

국회에 부스가 있고 없고의 차이는, 고정석이 있으면 자료를 쌓아둘 수 있다는 정도다. 부스가 없어도 상관없다. 국회 기자회견장이 넓은 테이블이 있는데, 부스가 있는 언론사의 기자들도 거기서 일한다. 우리 부스에는 책상이 10개 있는데, 출입 기자가 늘어도 (국회의 물리적 공간 제약 때문에) 부스를 쉽게 늘려주진 않는다.”(‘마’ 기자)

이런 변화는 언론사의 급증, 각종 정보의 투명성 제고, 디지털을 통한 각종 보도자료 배포 등이 맞물린 결과인 것으로 보인다. 폐쇄적 기자단을 유지할 필요도 방법도 사라진 것이다. 그나마 형식적으로 유지되고 있는 기자단이라 해도 그 역할이 미미하다고 조사에 응한 기자들 대부분은 말했다. 국토부를 출입하는 ‘라’ 기자는 “기자단 120여명이 가입한 카톡방이 있긴 한데 활성화되어 있진 않다. 국토부 발표자료 가운데 엠바고 일정에 대해 간사가 공지하는 용도로 쓰이고 있다”고 인터뷰에서 말했다.

다만 법조와 서울시 경찰청 등 일부 기관의 기자단 가입은 여전히 쉽지 않다. 전통적 방식대로 기존 기자단 구성원의 투표에 의해 가입 여부를 결정하는데, 투표 이전에 ‘심사 단계’가 있다. 해당 출입처와 관련해 어떤 기사를 어떻게 보도해왔는지 가려서 가입시키기 위한 것인데, 그 필요성에 대해선 기자들 사이에서도 논란이 있다.

“법조 기자단에 가입하려는 언론사는 법조 기자단 간사는 물론 출입 기자 모두에게 일일이 개별적으로 연락한다. 나한테도 연락이 와서 직접 만나자고 했다. 다른 언론사는 자신들이 법조 관련 기사를 어떻게 써왔는지 소개하는 전단을 만들어 기자실에 일일이 돌리고 갔다.”(‘바’ 기자)

몇 년 전, 경찰청을 출입한 적이 있는 ‘가’ 기자는 당시의 경험을 인터뷰에서 이야기했다.

“경찰청 기자단에 가입하려면 최근 6개월 동안 경찰 관련 보도 목록을 만들어 기자단 소속 기자들에게 나눠줘야 한다. 이를 ‘공적서’라고 불렸다.

이것과 별개로 출입을 희망하는 기자 본인의 신상 정보, 예를 들어 출신대학, 가족관계 등을 A4 용지 한 장에 적어서 제출했다. 그걸 바탕으로 기존 기자단이 찬반 투표를 하는데, 반대가 많으면 가입하지 못한다.

수사 정보를 다루는 기관이니까 이상한 언론사가 들어오는 것을 걸러내자는 것인데, 나도 이해하기 힘들 때가 있었다. 말도 안되는 언론사가 이미 기자단에 가입해 있는데, 그들이 무슨 자격으로 심사하겠는가. JTBC도 처음에는 경찰청 기자단 가입에 계속 실패하다가, 나중에 사세가 커지면서 가입에 성공했다.”(‘가’ 기자)

이런 ‘수모’를 겪으면서도 굳이 기자단에 가입하려는 데는 이유가 있다. 앞서 적은 것처럼 각종 보도자료를 받아보려면 기자단 가입이 필요하다.

“법조 기자단에 등록하지 않아도 법정에는 들어갈 수 있다. 그렇지만, 재판 일정을 공유받거나, 판결문 풀을 받으려면 기자단에 들어와야 한다. 공보관도 기자단에 가입한 언론사한테만 판결문을 제공한다.”(‘바’ 기자)

경력 10년 이상의 ‘사’ 기자는 어느 출입처의 기자단에 가입하려고 노력하고 있다. 지난봄 진행된 투표에서 기자단은 그가 소속한 언론사의 가입을 부결시켰다. 머지않아 다시 한번 가입 신청을 해야 하는 그는 연구진과의 인터뷰 때문에 다른 기자들에게 ‘미운 텔’이 박히지 않을까 걱정했다. 소속 언론사, 가입을 시도 중인 출입기관 등을 밝히지 말 것을 여러 차례 요청했고, 연구진은 이를 받아들였다.

기자단 가입을 위해 그는 소속 언론사의 대표이사 직인이 찍힌 ‘공문’을 만들었다. “기자단 규약에 따라 가입 신청 공문을 (기자단 간사에게) 접수했다”고 그는 표현했다. 공식 기관이나 단체가 아닌 일개 출입처의 기자단 가입을 위한 ‘절차와 격식’이 어느 수준인지 짐작할 수 있는 대목이다.

1쪽짜리 ‘공문’에는 ‘사’ 기자의 개인신상과 언론사 소개글 등을 담았다. 기자단 가입을 위해 과거 다른 언론사들이 제출했던 내용과 양식을 따라 한다고 ‘사’ 기자는 설명했다. 이 문서에 더하여 그동안 해당 출입처와 관련해 소속 언론사가

작성해온 기사를 ‘소책자’로 만들어 제출했다. “그게 원칙인지는 잘 모르겠지만, 앞서 다른 언론사들도 그렇게 해왔기 때문에, 성의를 보이는 것이 나쁘지 않으니까” 만들었다고 ‘사’ 기자는 설명했다. 그 분량은 100여 쪽에 이르렀다.

이 자료를 기자들 앞에서 발표하는 기회가 주어지진 않았다. ‘공문’과 ‘소책자’를 준비하여 제출하면, 얼굴도 모르는 기자단 소속 기자들이 자신들이 편리한 날에 모여 투표한다. 공식적인 ‘발표회’가 마련되지는 않았지만, ‘사’ 기자는 기자단 소속 기자들에게 “잘 부탁한다”고 일일이 전화나 문자를 보냈다.

“과반에 조금 못 미치는 정도로 찬성표가 나온 것 같다”고 ‘사’ 기자는 말했다. 즉, 과반에 미달했다는 결과만 통보받았을 뿐, 누가 왜 반대했는지, 몇 명이나 반대했는지 등은 기자단이 알려주지 않았다. 부결된 이유도 알려주지 않았다. ‘사’ 기자로서도 누가 왜 반대했는지 짐작하기 어려웠다.

“어디까지나 추정인데 … 그 출입처(의 기자들)가 보수적인 면이 있는 것 같다. (다른 출입처와 달리) 유독 보수적인 분위기가 있다. 자신들의 이너써클에 껴주기 싫다는 생각이 (기자단 내부에) 있는 것 같다. ‘뭐, 이 매체까지 받아 줘야 하나’ 하는 심리가 있는 것 같다.”(‘사’ 기자)

‘사’ 기자가 겪은 상황을 보면, 출입처 기자단 가입 절차와 기준이 얼마나 임의적인지 알 수 있다. ‘사’ 기자가 속한 언론사는 창간된 지 10년이 넘었다. 청와대나 국회를 비롯한 주요 출입처의 기자단에도 가입되어 있다. 그런데 이 출입처에서는 가입을 거절당한 것이다. 만일 해당 언론사가 ‘정론’을 펼치지 않는 이른바 ‘삼류 매체’라서 문제가 되는 것이라면 다른 출입처 기자단에서도 배척당했을 것이다. 출입처마다 기자단 가입의 기준이 다르다는 뜻이다. 그렇다고 ‘사’ 기자 개인의 취재 보도 능력을 평가한 것도 아니다. 기존 기자단 소속 기자들은 신청자의 취지조차 제대로 이해하지 못한 상태에서 각자의 임의적인 성향에 따라 판단했을 가능성이 높다. 이러한 ‘임의성’을 방증하는 이야기를 ‘사’ 기자는 들려줬다.

“올해 초에 우리 매체가 굵직한 단독을 좀 썼었다. 기자단 투표에서 부결된 뒤, 타사 기자한테 왜 떨어진 것인지 물어보니까, ‘그런 거(단독) 자꾸 쓰니까

떨어진다'고 하더라. 물론 개인적 해석을 놓담 섞어 말한 것이지만, 그렇다면, (출입처에서) 나오는 것만 보도해야 한다는 건지… 기자의 본분은 남들과 다른 기사를 쓰는 것에 있는데, 그렇다고 단독을 하지 말라고 하는 것은 좀 아니지 않나." ('사' 기자)

이렇게 말한 '사' 기자는 곧이어 "다 그런 것은 아니고, '이 매체 열심히 하는구나', '열심히 하니까 (기자단 가입에) 붙여 줘야겠다'고 생각하는 사람도 있다"고 덧붙였다. 기자단 소속 기자들이 자신의 발언을 어떻게 받아들이지, 그는 인터뷰 내내 우려하는 듯 보였다.

단독을 쓴다고 반대하건, 열심히 일한다고 찬성하건 '기자단의 임의적 결정'이라는 점에서는 큰 차이가 없다. 분명한 잣대가 없는 임의성 때문에 '사' 기자는 자신의 운명을 결정할 기자단의 심기를 거스르는 일을 꺼리는 것이다. 그렇다면, 이런 임의적 절차를 받아들이지 않으면 어떨까. 기자단에 아예 가입하지 않으면 안되는 것일까.

'사' 기자는 기자단 가입의 필요성에 대해 두 가지 이유를 꼽았다. 첫째, 취재 보도의 편리성이다. 기자단에 가입해야 각종 자료를 수시로 받아볼 수 있다는 것이다. 지금은 해당 출입처가 내놓는 보도·설명자료들을 "알음알음 겨우 구해보고 있다"고 '사' 기자는 말했다. 기자단에 가입하면, 자료 나올 때마다 '보내 달라'고 아쉬운 소리 하는 일이 사라질 것이다. 둘째, 소속 언론사의 평판과 위상이다. '사' 기자의 소속 언론사는 주요 출입처 가운데 상당수에 출입 기자를 이미 두고 있다. 아직 그러지 못한 출입처를 뚫어야 "(기자단) 가입못한 곳(출입처)이 전혀 없는 회사가 된다"고 '사' 기자는 설명했다. 즉, 한국 언론 환경에서 기자단 가입은 언론사의 위세와 평판의 척도로 받아들여지고 있고, 이 때문에 대부분의 신생 언론사들이 기자단 가입을 '매체 차원의 과업'으로 여기고 있는 것이다.

바로 여기에 폐쇄적 기자단의 딜레마가 있다. 기자단에 가입하는 언론의 숫자가 늘어날수록, 기자단의 '폐쇄성' 자체가 자연적으로 해체될 수밖에 없다. 기자단에 가입한다고 해도 뉴스 품질이 좋아지기보다는 보도자료를 중심으로 하는 '뉴스 동질성'이 강화되므로 개별 언론사 차원의 이득도 줄어들 수밖에 없다. 이런 점을 '사' 기자도 어느 정도 알고 있었다.

“그동안 한국 언론은 특정 (정부) 부처의 정보를 독점해서 영향력을 발휘했던 것 같다. 종합일간지 몇 개, 경제지 몇 개, 방송 몇 개만 있었던 시절에는 그런 식으로 언론사들이 힘을 발휘했던 거 같다.

그런데 인터넷 매체들이 많이 생기면서 기자단의 규모가 커졌다. 그래서 지금까지 정보를 독점해서 영향력을 발휘했던 언론사들이 자신들의 영향력이 사라질까봐 우려하는거 아닌가 하는 생각도 듈다.

(해외 언론처럼) 기자단 해체하고 정부 부처가 모든 정보를 공개하는게 맞겠지만, 그러면 기자로서, 미디어로서 뭘 먹고 살아야 하나, 고민도 있다.”(‘사’ 기자)

‘사’ 기자가 그렇게 표현하지는 않았지만, 그는 ‘이너씨클’의 딜레마를 알고 있었다. 이너씨클을 해체하는 것이 맞는데도 과거 이너씨클에서 이득을 봤던 이들이 그 관성을 유지하려 한다. 그것이 무너져야 한다고 생각하지만, 그렇다고 ‘이너씨클’의 혜택을 받지 못하는 것은 걱정스러운 것이다.

‘사’ 기자는 기자단 가입을 아직 포기하지 않았다. 무기명 투표라서 누가 반대했는지는 알 수 없지만, “짐작 가는 기자들을 잘 설득하면서” 머지않아 다시 한번 가입 신청을 할 생각이다.

출입처가 건네주는 정보를 재유통하는 것만으로도 소수의 언론사가 힘을 발휘하던 시절은 가고, 이제는 수십여 매체가 동시에 동일한 정보를 받아 쓰고 있다. 이런 상황에서 몇몇 출입처는 과거의 관성을 겨우 유지하고 있다. 그 관성이 남아 있는 바탕에는 기자단에게만 제공되는 보도자료와 발표자료에 기대는 한국 언론의 현실이 있다.

(5) 직접 취재의 어려움과 발굴 기사의 부재

조사에 응한 기자들의 다이어리를 보면, 출입 기자들이 출입처 관련 취재원을 직접 만나는 경우는 거의 없었다. 예외적으로 국회에 출입하는 ‘마’ 기자가 점심 또는 저녁 식사 자리에서 국회의원을 만났는데, 그때마다 ‘꾸미’ 소속 타사 기자들 여럿과 함께 만났다. 과거처럼 일대일로 취재원을 만나는 일은 거의 없다고 ‘마’ 기자는 설명했다. 취재원들도 한 번에 여러 매체의 기자들을 만나는 것을 선호한다고

했다. 여러 기자들이 집단적으로 한 명의 취재원을 만나는 이런 자리에서는 은밀한 정보가 오가거나 사적 담합이 일어날 가능성이 매우 낮다.

앞서 적었듯이 2000년대 중반까지만 해도 출입처 기자들의 중요한 일과는 ‘사무실 순회’ 였고, 이는 식사 시간이 아닌 업무 시간 중에도 수시로 출입처의 관련자를 일대일로 만나 직접 대화하거나 인터뷰하는 자리였다. 중요한 취재 소스도 이런 자리를 통해 얻었다. 그러나 이런 관행은 이제 거의 사라진 것으로 보인다.

“간부 검사들한테 전화해서 방에 올라가 이야기하고, 밤늦게 만나 술 마시면서 수사 정보 알아냈다는 이야기는 선배 기자들로부터 들은 적이 있다. 그건 옛날 이야기다. 이제 검사와 밥 먹는 자리조차 거의 사라졌다. 예전에 알던 검사라 해도 기자와 만나는 일 자체가 감찰 대상이 되기도 하니까, 서로 약속을 안 잡게 된다.” (‘다’ 기자)

“팀 선배가 다른 언론에서 법조 오래 하다가 법조 전문기자로 입사했는데, 그 선배는 아는 검사가 있어서 (혼자서) 따로 가끔 만나는 것으로 안다. 다른 팀원들은, 출입 경력이 있더라도 검사를 따로 만나기 어렵다.” (‘바’ 기자)

사무실 순회 취재 또는 일대일 대면 취재가 사라진 것은 언관 유착을 막고 부정한 담합을 없앤다는 점에서 긍정적이라고 볼 수도 있다. 그런데 출입 기자들은 새로운 문제를 경험하고 있다. 취재 경로가 사라지고 있는 것이다.

“몇 년 전까지는 각급 검찰마다 지검장 밑에 있는 차장 검사들이 대언론 역할을 했다. 차장 검사는 수사 지휘 라인에 있으니까 수사 흐름을 알고 (기자들이 문의하면) 바로 답변 해줬다.

지금은 공보관으로 창구가 일원화됐다. 그런데 공보관은 직접 수사에 참여하지 않으니까 기자들의 질의를 받으면 일일이 수사팀에 확인해야 한다. 공보관 혼자서 수많은 기자들을 대응하니까 서로 힘들다. 그러니 바쁜 공보관에게 일일이 사실 확인을 못하고 통신 기사를 따라 쓰는 기자들도 생겨난다.” (‘다’ 기자)

‘다’ 기자는 “검찰이 국정원이나 감사원처럼 되어가는 것 같다”고 말했다. 원천적으로 취재가 되지 않는다는 뜻이다. 그렇다면, 언론계 안팎의 여러 지적처럼, 검찰 수사 내용이 아니라 공개된 법정을 취재하면 어떨까.

“검찰 취재가 안 되니까 법원 담당 기자를 늘리고 판결 기사를 중시하려 했는데, 최근 행정법원에서 판결문을 기자들에게 제공하지 않겠다고 결정했다. 다른 법원에서는 공보관에게 요청하면 판결문 복사본을 공보관실에서 열람할 수 있다. 그런데 행정법원에서는 그럴 수 있는 법적 근거가 없다고 (법원 기자단에) 통보했다. 판결문 말고 보도자료만 주겠다는 거다.

우리로서는 보도자료가 얼마나 상세하고 정확할지 알 수가 없고…: 절차대로 하려면 정보공개청구 해서 받아봐야 할 텐데, 그렇게 되면 (판결 이후) 얼마나 시간이 걸릴지 알 수가 없다. 또 다른 방법으로 판결하는 날 법정에 가서 일일이 타이핑 하는 것이 있지만, 수많은 재판을 담당해야 하는 상황에서 하루 종일 그것만 하고 있을 수도 없다.”(‘바’ 기자)

수사 단계의 보도를 지양하고 법원 중심의 보도를 해보려 해도, 판결문조차 구하기 힘든 상황이라는 것이다. 법정을 직접 취재하면 되지 않겠냐 싶지만, 앞서 적었듯이 일주일 단위로 일정을 점검하는 재판만 120개가 넘는다. 그 가운데 전국적 이슈가 되는 한두 개의 재판만 취재한다면, 특정 이슈만 집중 보도하는 일을 피할 수 없다.

과거의 습속은 사라지고 있지만, 새로운 관행이 들어서지 못한 상황에서 법원 및 검찰을 담당하는 출입 기자들은 무엇을 어떻게 취재해야 할지 혼란스러워 하고 있었다. 최근 분위기를 따라 권력기관이 정보공개를 꺼리고 취재의 경로를 차단하여, 국정원과 같은 기관 및 단체들이 많아지는 것은 한국 사회 전체를 위해서도 바람직하지 않은 일이다. 언론의 과잉 취재는 문제이지만, 권력기관의 정보를 적절하게 공개하고 발굴하는 경로를 확보하는 것도 중요한 문제이다.

중앙 부처 출입 기자들도 다양한 취재 경로 확보에 어려움을 겪는 것은 마찬가지다. 언론에 보수적인 법조와 달리 이들 기관은 수시로 보도자료를 내놓지만, 이 경우엔 다른 문제가 있다.

“(국토부의) 발표자료가 큰 게 터지면 이삼일 정도 여진이 간다. 매일 계속 뭐라도 발제를 해야 된다. 이미 다 썼어도 다음날 또 문제점을 얹지로 찾아서, 통신 기사도 참고하고, 그렇게 발전시켜서 종합면에 기사 하나라도 들어가는 식으로 이를, 사흘을 간다.

역설적이지만, 큰 이슈와 관련한 보도자료가 없어야 현장에 눈을 돌리게 된다. 예를 들어 감정원이나 국민은행에서 부동산 관련 주간 통계를 내는데, 그것만 잘 정리하고 가공해도 (부동산 현실과 관련한) 좋은 기사를 많이 쓸 수 있다.”(‘라’ 기자)

보도자료에서 벗어나 다양한 취재원, 특히 일상의 현장으로부터 다양한 기사를 발굴하지 못하는 이유를 묻자 ‘라’ 기자는 “몸이 하나니까. 시간이 없으니까”라고 답했다. 앞서 적은 것처럼 포털의 조회수를 중심으로 기사 경쟁이 벌어지는 상황에서 다른 언론이 주목하는 이슈를 자신들만 외면할 수는 없고, 자연스레 보도자료에 기대어 이른바 ‘발표 기사’를 쓰는 것에 길들여 진다는 것이다.

사회부 사건팀 소속으로 아직 초년 기자에 해당하는 ‘나’ 기자는 그래도 애를 쓰고 있다. 다이어리를 기록한 사흘 동안 ‘나’ 기자는 단독 기사를 하나 썼다. 그 노하우는 ‘벤치마킹’이었다.

“타사 기사에서 취재 방법론을 참고한다. 다른 기자가 취재한 내용을 살펴보고, 거기서 아이디어를 얻는다. 어느 언론이 국세청 공익법인 공시에서 이런 내용을 찾았다는 보도를 하면, 나도 거기 들어가서 보도되지 않은 내용을 찾아서 기사로 쓰는 식이다.

한번은 주간지에서 단독으로 자료 입수했다는 기사를 보고 그 취재원에게 전화해서 나도 뒤늦게 자료 받아 검토해봤더니, 그 주간지가 쓰지 않은 내용이 있어서 그걸 써봤다. 다른 기자들은 어디서 뚝딱 (좋은 기사를) 가져오던데…: 나도 살아남으려고 혼자 궁리하다가 터득한 방식이다.”(‘나’ 기자)

소속 언론사의 데스크들은 ‘나’ 기자의 이러한 열정을 칭찬해야 마땅하다. 다만 ‘나’ 기자의 노하우에는 한계가 있다. 기본적으로는 다른 기사가 보도한

자료를 재가공하는 데서 그치기 때문이다. 안팎에서 두루 민완 기자로 인정받는 ‘가’ 기자는 전통적인 취재방법을 고수하고 있다. 사람을 만나 술을 마신다.

“예를 들어, 기업이 내놓는 보도자료에는 없는 내용을 파악하려고, 국제적 시장조사기관의 자료를 아는 사람한테서 받아서 단독으로 썼다. 그런 취재원을 만드는 방법은 … 그냥 밥 먹고 술 먹는 것이다. 일주일에 사흘 정도는 저녁에 술을 먹는다.”(‘가’ 기자)

이들 기자의 취재 과정을 종합하면 2020년 현재 한국 출입 기자들의 현실과 일상이 드러난다. 대다수는 공식 공보·홍보 기관이 내놓는 보도자료를 처리하느라 바쁘다. 그 결과는 대동소이한 기사의 범람이다. 문제 의식을 갖고 직접 취재하려 해도 권력기관의 문턱이 높다. 그나마 남다른 기사를 발굴하려는 기자들은 ‘자료’를 뒤진다. 그 자료를 확보하는 가장 좋은 방법은 취재원을 따로 만나 사귀는 것이다.

어떤 경우건 출입처 기자들의 취재 반경에서 생활 현장, 이슈 현장은 동떨어져 있다. 이를 기사로 다뤄야 한다는 발상을 좀체 하지 못한다. 이는 해외의 출입 기자들과 비교해 가장 두드러지는 한국 출입 기자들의 특성이다.

(6) 출입처 기자의 한계와 미래

조사에 응한 출입 기자들은 현재의 출입처를 앞으로도 계속 담당할지에 대해 확신하지 못했다. 해외 언론의 경우, 출입처 기자가 곧 해당 영역의 전문 기자로 평가받는 것과 달리, 한국의 출입 기자들은 자신의 담당 부처 및 기관을 ‘거쳐 가는 곳’이라고 여기는 경향이 강했다. 이는 개인의 태도나 자세가 아니라, 한국 언론사의 인사·조직 운용에서 비롯한 일이다.

검찰을 출입하는 ‘다’ 기자는 경력 10년 이상의 중견 기자다. 그동안 경찰, 국회, 국방부, 국토교통부, 법원 등을 출입했다. 검찰 수사 내용을 취재할 방법이 사실상 차단된 상황에서 그는 검찰을 계속 취재할 생각은 없다. 법원 중심 보도로 넘어가는 것은 바람직하지만, 그렇다고 자신이 직접 공판 기사를 발굴할 것인지에 대해선 자신이 없다. 그는 다가오는 인사에서 경제부로 옮겨갈 생각이다.

삼성전자를 출입하는 ‘가’ 기자도 10년차를 넘긴 중견이다. 현재의 출입처를 맡은지

2년이 넘었는데, 소속 부서에서 가장 오랫동안 일하고 있다. 다른 후배들은 2년을 채우지 못하고 다른 부서로 옮겨갔다. 예전에는 삼성을 비롯한 대기업을 출입하는 기자를 선호했지만, 요즘 후배들은 전혀 그렇지 않다는 것을 ‘가’ 기자는 알고 있다.

“홍보실 사람들 만나고 보도자료만 보면 재미가 없다. 그러니 후배들은 이 출입처에 흥미를 못 느끼는 것이다. 이 출입처에서 제대로 기사를 쓰려면 기업들이 내놓는 보도자료에서 서로 경쟁하고 비방하는 것을 종합적으로 판단하는 능력부터 필요한데, 기자 훈련이 충분치 않은 기자들은 적응하기 힘들 것이다. 그렇다고 자신이 쓰는 기사가 세상을 바꾸는 것 같지도 않다는 느낌이 들면, 더 그렇다.” (‘가’ 기자)

전자·통신 등을 취재 영역으로 삼아 정부 부처, 대기업, 시장 등을 아울러 기사를 판단하려면 취재보도의 기본부터 잘 다져야 하는데, 초년 기자들이 이에 잘 적응하지 못한다는 것이다. 출입 기자가 왜 전문 기자여야 하는지, 또는 왜 전문 기자급 인력을 출입처에 배치해야 하는지, 그 이유를 ‘가’ 기자가 설명한 셈이다. 그러나 앞서 살펴본 것처럼 한국 언론의 뉴스룸 편제는 그 반대 방식을 따른다.

“갈수록 한국 사회가 분야별로 전문화되고 있다. 전문가들도 많아지고, 관심사도 세분화되고 있다. 이런 점이 기자 인사에서 전혀 고려되지 않는다. 인사 때마다부장들이 자기 말 잘 듣는 젊은 기자들을 최우선해서 데려오려 한다. 물론 연차가 낮은 기자들이 열심히 일하지만, 확실히 그 기사의 퀄리티가 떨어진다.

다른 매체를 보면 국제금융만 전문으로 하는 기자들이 있는데, 그런 기자가 쓴 기사는 확실히 다르다. 그런데, 자기 고집이 세고 전문 영역이 분명한 기자를 데리고 일하는 것을 데스크가 싫어하니까, 그냥 어린 기자들만 어떻게 든 끌고 오려고 한다.” (‘라’ 기자)

왜 한국 뉴스룸 편제에서 정치, 경제, 사회 등 주요 부서의 핵심 출입처가 5년차 이하의 젊은 기자들로 채워지는지, ‘라’ 기자의 이야기를 통해 알 수 있다. 매일

포털에서 조회수를 높일 기사의 절대량을 늘려야 하는데, 그런 지시를 순순히 따를 수 있는 젊은 기자들이 주요 부처의 출입처에 있어야 한다고, 한국의 데스크급 언론사 간부들이 생각한다는 것이다. 그러한 출입처에서 전문 기자의 의견과 안목을 높인다 한들 인사철이 다가오면 또 다른 부서로 옮겨갈 것이고, 막상 본격적인 전문 기자 노릇을 할 수 있는 20년차 이상이 되면, 어느 부서에서도 현장 기자로 반겨주지 않는 것이 한국 언론의 현실이다. 한국 언론의 출입처 문제는 청와대, 국회, 법원, 검찰, 경찰 등 권력 기관의 문제에서 한국 언론사 내부의 문제로 옮겨오고 있다.

4. 해외 언론 기자들의 출입처 실태

<연구문제 4>는 해외 유력 언론이 출입처 제도를 어떻게 활용하는지 알아보는 것이다. 이를 위해 뉴욕타임스, LA타임스, 가디언, 로이터, 아사히신문 소속 전·현직 기자들을 직접 만나거나 화상 통화로 인터뷰했다. 이들 가운데 뉴욕타임스와 로이터 기자는 한국인이고, LA타임스와 가디언, 아사히신문 기자는 각각 미국인, 영국인, 일본인이었다. 로이터 기자는 최근 퇴사했고, LA타임스 기자는 프리랜서이며, 나머지 기자는 소속 언론사에서 정규직으로 일하고 있다. 해외에 있는 가디언, LA타임스 기자와는 영상 통화 등으로 인터뷰했고, 나머지는 대면 인터뷰했다. 이들 모두 소속 언론사와 실명을 밝혀도 좋다고 허락했다. 아래에서는 각 기자의 직함을 생략하고 ‘기자’로 통칭한다.

<표 17> 출입처 취재 보도 실태 조사대상 해외 기자

기자	언론사	담당 또는 직함
윤화진	로이터	전 아시아태평양지부 총괄에디터
최상훈	뉴욕타임스	서울 특파원
존 글리오나	LA타임스	프리랜서
존 헨리	가디언	파리 특파원
카미야 타케시	아사히신문	서울 특파원

해외 언론의 출입처 관행 및 문화가 단일한 특성을 갖는 것은 아니다. 미국, 영국, 일본 등의 사회적 풍토와 조건도 다르다. 심층 인터뷰 과정에서 연구진은 미국과 영국의 취재 보도 관행이 매우 유사하고, 이와 비교해 일본은 한국과 비슷한 측면이 많다는 것을 파악했다. 그러나 한국의 출입처 제도가 일본에서 비롯했음에도 불구하고 오늘날 일본의 취재 보도 관행에서 한국 언론이 배울 바가 적지 않다는 것도 알게 됐다.

1) 해외 언론과 한국 언론의 차이

(1) 제너럴 리포터와 쉐도우 리포터

한국의 기자들은 공채시험으로 언론사에 입사하여 3~6개월 정도의 수습 기자 시절을 거친 뒤 정식 기자에 이른다. 수습 기자 시절부터 경찰팀 또는 사건팀에 배속되어 몇몇 경찰서를 출입처로 할당받고, 앞서 살펴본 것처럼, 10년차가 될 때까지 여러 출입처를 거친다. 이러한 채용과 교육 과정이 한국 기자의 전문성 부재의 원인이라는 지적은 여러 차례 제기됐다.

연구진은 해외 언론의 기자들과 심층 인터뷰 과정에서 그들의 채용, 교육, 배치가 한국 언론과 어떻게 다른 것인지 알아보려 했다. 인터뷰에 응한 기자 대부분은 조직이 방대하여 구체적 인력 규모, 배치 현황 등을 정확히 파악하기 힘들다고 했다.

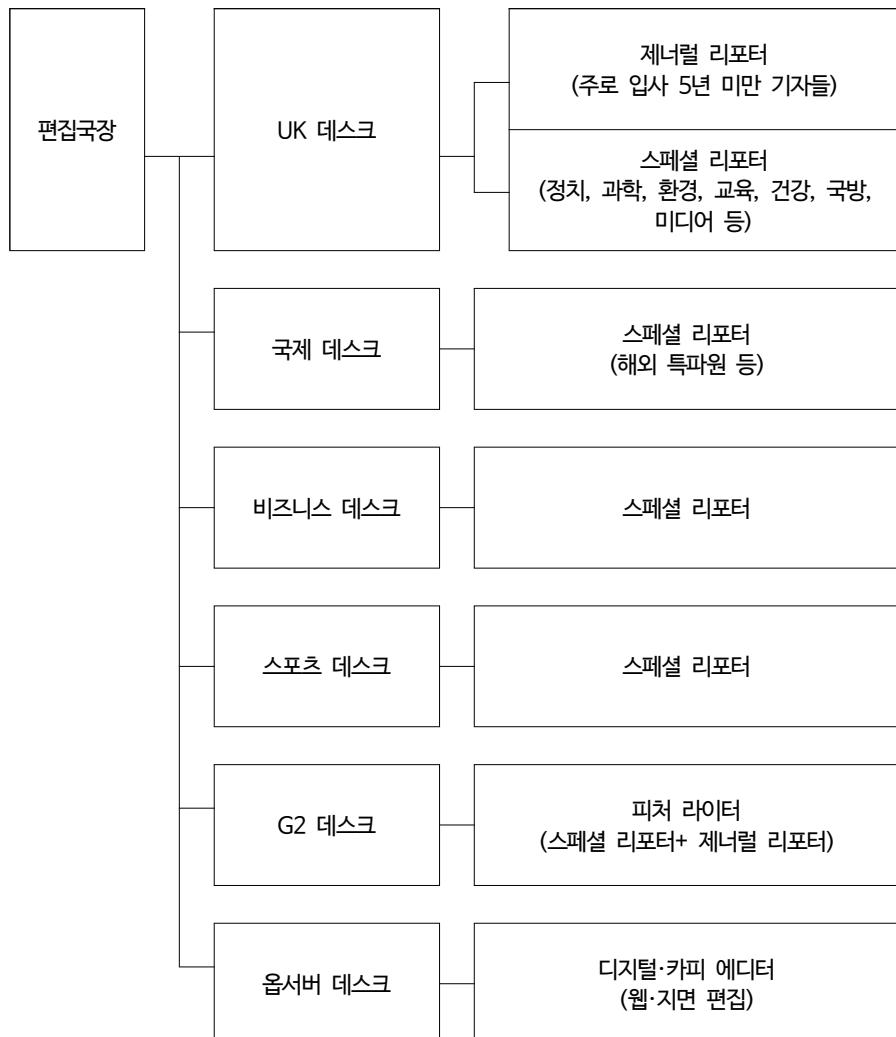
다만 존 헨리 가디언 기자는 그나마 상세하게 뉴스룸 체계를 설명해 주었다. 존 헨리 기자도 세부 정보를 알고 있지는 못했지만, 주요 데스크와 대략적인 지휘계통은 알려주었다. 이를 표현하면 <그림 17>과 같다. 기자 한 명의 설명에 기초한 대략적 내용이므로 실제 가디언의 뉴스룸 체계와는 차이가 있을 것이다.

가디언 뉴스룸은 매일 발행되는 본지 및 섹션, 그리고 이들을 아우르는 웹 등을 담당하는 기자들로 구성되어 있다. 그 인원은 대략 500~600명 정도다. 편집국장 아래로 국내 데스크, 국제 데스크, 비즈니스 데스크, 스포츠 데스크, G2(섹션) 데스크, 카피 데스크 등 6명의 주요 데스크가 있다. 이들 데스크는 한국으로 치자면 부국장 또는 부장에 해당할 것이다. 데스크별 소속 기자 인원은 정확하지 않지만, “전체 인원 가운데 에디터(편집자), 디자이너 등을 제외하면 대략 절반 정도가 취재기자”라고 존 헨리 기자는 설명했다. 즉, 취재기자는 대략 250~300명 정도다.

지휘·보고 체계는 비교적 간명하다. 출입처가 있건 없건 대부분의 기자들은

국내 데스크에 보고한다. 한국으로 치면 정치, 사회, 과학, 문화 등 모든 분야의 기자들이 여기에 해당한다. 다만 국제, 경제, 스포츠 부문의 기자들은 각각의 데스크에 보고하고, 장문의 기사를 주로 쓰는 피처 라이터들은 G2 데스크에 보고한다. 여기서 중요한 포인트는 대부분의 기자가 ‘제너럴 리포터’이고, 이들은 국내 데스크에 소속되어 다양한 분야를 다룬다는 점이다.

<그림 17> 가디언 뉴스룸 개념도 (※ 인터뷰 바탕으로 연구진이 재구성)



취재기자는 크게 보아 ‘제너럴 리포터’(general reporter)와 ‘스페셜 리포터’(special reporter)로 구분된다. 가디언에서는 비트 리포터 대신 스페셜 (또는 스페셜리스트) 리포터라는 표현을 쓴다고 존 헨리 기자는 설명했다. 그밖에도 G2 데스크 소속인 10여 명의 피처 라이터가 있는데, 특정 출입처나 담당 영역이 정해져 있지 않다.

가디언에 입사하는 대부분의 기자들은 제너럴 리포터로 일한다. 적어도 3~4년 정도 제너럴 리포터로 일해야 스페셜 리포터에 지원할 수 있다. “(스페셜 리포터가 되어) 비트를 갖는다는 것은 승진한다는 뜻”이라고 존 헨리 기자는 말했다. 이에 비해 제너럴 리포터는 “모든 것에 대해 모든 일을 하는 기자”라고 설명했다.

이들 가운데 스페셜 리포터는 대략 30~50명 정도다. 인터뷰에서 존 헨리 기자는 일일이 손을 꽉아가며 스페셜 리포터를 거론했는데, 정치 6명, 비즈니스 6명, 환경 5명, 과학 3명, 국제외교 3명, 교육 2명, 건강 2명, 테크놀로지 2명, 국방 1명, 미디어 1명 등이다. 여기에 더해 10여 명의 해외 특파원, 10여 명의 스포츠 기자 등도 스페셜 리포터에 포함해야 한다고 존 헨리 기자는 말했다.

다시 말해, 한국식의 ‘출입처 기자’가 30~50명 정도이고, 이는 가디언 뉴스룸 인력의 5~10% 밖에 되지 않는다. 전체 인력의 절반을 취재 인력으로 보아도, 취재 인력 가운데 20% 수준을 넘지 않는다. 제너럴 리포터가 아닌 스페셜 리포터로 일하려면 어떻게 해야 할까. “기다려야 한다”고 존 헨리 기자는 말했다.

“(스페셜 리포터가 되려면) 빈 자리가 날 때까지 기다렸다가 지원해야 한다. 그때까지는 그냥 제너럴 리포터로서 최선을 다해 일해야 한다. 가디언에는 대략 30~50명의 스페셜리스트가 있다. 하나의 자리에서 5~6년 정도 일하다가 이동하는데, 그러다가 빈자리가 생길 수 있다. 내부 공지가 뜨면, 그 (스페셜 리포터) 자리에 지원한다.”(존 헨리 가디언 기자)

물론 지원하면 내부 경쟁을 거치게 되는데, 제너럴 리포터 시절에 대한 평가와 함께 해당 스페셜 리포터 영역과의 적합성을 심사받게 된다.

윤화진 로이터 기자는 로이터에 크게 세 그룹의 기자가 있다고 설명했다. 신입 기자인 ‘쉐도우 리포터’(shadow reporter), 전문 기자인 ‘비트 리포터’(beat

reporter), 그리고 이들을 지휘하는 ‘에디터’ 등이다. 에디터를 제외하면, 가디언과 비슷한 구조이되, 그 명칭만 다른 것이다.

초년 기자에 해당하는 쉐도우 리포터는 아침 7시에 뉴스룸에 출근해 각종 자료를 점검하고 뉴스를 작성한다. 뒤이어 출근한 비트 리포터는 쉐도우 리포터가 작성한 기사를 검토하여 출고 여부를 결정하거나 보강 취재를 지시한다. 기사의 바이라인에는 비트 리포터와 쉐도우 리포터의 이름이 같이 들어가는 경우가 많다.

일종의 ‘도제식 교육’이지만 한국의 수습 교육 시스템과 다른 점이 있다. 우선 기간이 길다. 로이터의 경우, 이러한 쉐도우 리포터 생활을 2년 정도 거치면서 능력을 인정받은 기자에게만 전담 영역, 즉 ‘비트’를 부여한다.

또한, 입사 3~5년차 기자들이 이른바 ‘1진’이 되어 수습 기자를 교육하는 한국과 달리 로이터에는 부서별로 쉐도우 리포터의 교육 및 훈련을 전담하는 ‘쉐도우 팀장’이 따로 있다. 즉, 쉐도우 리포터는 선임인 비트 리포터로부터 특정 이슈의 취재보도에 대해 훈련받을 뿐만 아니라, 취재 보도 전반에 대해서는 쉐도우 팀장의 도움을 받는다.

윤 기자가 영국 로이터 본사의 기업뉴스팀에서 일하던 시절, 이 팀에서 테크놀로지, 미디어, 통신 등 전담 영역을 갖고 있는 비트 리포터는 10명 정도, 각 비트 리포터와 함께 일하는 쉐도우 리포터는 8명 정도였다.

비트 리포터가 되기 위한 쉐도우 리포터 사이의 경쟁이 있는 것은 가디언과 마찬가지다. 그 경쟁은 각자 알아서 진행하는 ‘아이디어’에서 시작한다. 쉐도우 리포터 시절의 윤 기자는 퇴근길 지하철에서 그날 로이터의 10여 개 기사를 출력하여 모두 꼼꼼히 읽고, 집에 도착해서는 그날 발행된 주요 신문을 다 읽으면서 관심 있는 영역, 담당하는 주제의 기사를 일일이 스크랩했다.

쉐도우 리포터의 공식 일과는 아침 7시에 출근하여 오후 3시에 퇴근하는 것으로 마무리 되지만, 윤 기자는 퇴근 이후 적어도 4시간 동안 비트 리포터가 되기 위한 기사 아이디어 발굴에 몰두했다. 그래야 드물게 찾아오는 ‘엔터프라이즈 스토리’를 발제할 수 있기 때문이다.

“쉐도우 리포터 시절에는 기업자료를 쓰거나 예정된 기자회견을 소화하는 것 말고는 독립적인 취재를 할 수 있는 기회가 잘 찾아오지 않는다. 다만

열심히 하는 쉐도우 리포터들은 자신의 아이디어를 직속 비트 리포터에게 들고 가서 발제한다. 그런 기사를 우리는 ‘엔터프라이즈 스토리’라고 부른다. 일종의 탐사보도 또는 피처 기획이다. 비트 리포터의 허락을 받아야 그런 기사를 취재할 수 있다. 아이디어가 정말 좋다면 비트 리포터와 함께 취재할 수도 있다.”(윤화진 로이터 기자)

미국 뉴스룸도 가디언 및 로이터 등 영국 뉴스룸과 비슷한 체계와 문화를 갖고 있다. 대표적인 것이 뉴욕타임스의 시티 데스크이다. 한국 언론의 사건팀과 시청팀을 합한 곳인데, 여기에 백수십 명의 기자들이 배치되어 있다고 최상훈 뉴욕타임스 기자는 설명했다.

이들 가운데 시의회 담당, 시청 담당, 인종 문제 담당 등을 배정받은 ‘비트 리포터’가 있긴 하지만, 이들보다 훨씬 많은 기자들이 특정 담당 없이 뉴욕에서 벌어지는 모든 일을 취재 대상으로 삼는다. 최 기자는 “그것이 뉴욕타임스의 생명”이라고 표현했다.

“예를 들어 백악관, 국방부, 대법원 같은 곳은 그 특성상 전문성을 가진 어느 기자를 정해두고 비트 리포터라고 부를 수는 있겠다. 그런데 그런 소수 기관을 제외하면 그냥 과학 담당 전문기자, 교육 담당 전문기자의 개념이라고 봐야 한다. 뉴욕타임스 기자도 각자 담당이 있지만 한국과는 다르다.

예를 들어 내가 샌프란시스코에 있다면 그 지역 담당으로서 모든 일을 다 취재한다. 그러다가도 데스크에서 특집 기획 기사를 취재하라는 지시가 떨어지면 한동안 그 일을 해야 한다. 그러니까 미국의 기자들은 기본적으로, 한국식으로 치자면 ‘나와바리’가 없는 상태에서, 전담이나 담당에 대해 굉장히 느슨하고 넓은 개념을 갖고 일한다.”(최상훈 뉴욕타임스 기자)

상당 기간의 훈련과 경험을 통해 검증된 기자에게만 출입처를 맡기는 시스템은 일본에도 있다. 일본 아사히신문의 카미야 타케시 기자는 일본과 한국의 출입처가 상당히 비슷하다는 점을 설명했다. 공채 시험으로 신입 기자를 선발하고, 거의 모든 기자가 출입처를 배정받으며, 각 출입처의 선임 기자를 ‘캡’이라 부르고,

출입처 기자는 뉴스룸이 아닌 출입처 기관으로 출근하여 해당 기관에 마련된 기자실에서 취재를 벌인다는 점에서 일본의 취재 관행은 한국과 유사하다.

그러나 분명히 구분되는 점도 있다. 아사히신문의 신입 기자는 선발과 동시에 지역으로 발령받는다. 한국으로 치자면 지역 주재 기자에 해당하는데, 지역 기자의 특성상 현지의 모든 사안을 취재하게 된다. 그 기간이 5년에 이른다고 카미야 기자는 설명했다. “(너무 오래 있으니) 요즘 젊은 기자들은 (지역 주재 기자 기간을) 싫어한다”고 했지만, 이 기간은 기자의 기본을 갈고 닦는데 매우 중요하다. 선임 지역 주재 기자로부터 모든 사안을 다루는 방법을 5년 동안 척실히 익히기 때문이다.

지역 주재 기자 시절이 끝나면, 각자 희망하는 부서를 밝히고, 해당 부서에서도 그를 원하면 그제야 발령을 받아 본격적인 출입 기자 생활을 시작한다. 카미야 기자 역시 가고시마에서 3년, 나가사키에서 2년을 근무한 뒤에야 도쿄로 올라와 경제부에서 일할 수 있었다.

결국 이들 해외 언론은 신입 또는 초년 기자들에게 광범위한 주제 또는 지역에서 무엇이 기사가 되는지 독립적이고 독창적으로 기획하고 취재하는 경험을 쌓도록 한다는 점에서 공통적이다. 출입처에서 발생하는 보도자료를 신속하게 기사로 작성하는 것부터 배우는 한국의 젊은 수습 기자 시절의 경험과는 출발부터 다른 것이다.

(2) 출입 기자의 역할

“우리는 전혀 그렇지 않다. 전혀 그렇지 않다.” 파리의 사무실에 앉아 영상으로 이야기하던 그는 두 번을 부정했다. 한국의 출입 기자들은 출입처 기자실에서 하루 대부분의 시간을 보낸다고 설명하자, 존 헨리 가디언 기자는 이해되지 않는다는 표정을 지었다. 가디언의 출입 기자의 역할은 한국 언론과는 달랐다.

“가디언의 교육 스페셜 리포터가 얼마나 자주 교육부를 가는지 정확히는 모르겠지만, 교육부에서 특별한 발표가 있는 경우, 아마도 일주일에 한 번 정도 그 곳을 찾아갈 것이다. 그런 일이 없다면, 교육 스페셜 리포터가 교육부에서 시간 보내는 일은 없다. 대신 교육 스페셜 리포터는 학교에서 많은 시간을 보낸다. 많은 시간을 교사, 부모, 학생들과 이야기하면서 보낸다.

물론 기자들은 정부 차원의 일도 취재하지만, 기자들은 정부의 결정이 아니라, 그러한 결정에 의해 학교, 학생, 부모들이 겪는 결과를 탐험하는 데 많은 시간을 쓴다. 정부 발표를 취재하고 때로 장관도 인터뷰하겠지만, 기자가 하는 일의 대부분은 현장에서(on the ground) 이뤄진다.”(존 헨리 가디언 기자)

교육 담당 기자가 교육부가 아닌 교육 현장을 주로 취재할 수 있는 이유를 우리는 두 곳에서 찾을 수 있었다. 보도자료에 대한 접근 방식과 기사 출고량이다. 존 헨리 기자의 설명을 종합하면, 가디언의 교육 스페셜 리포터는 하루 한 건 이상의 기사를 쓰지 않는다. 특히 스페셜 리포터가 교육부의 발표를 “그대로, 자동적으로 보도할 것이라고 기대하지도 않는다”고 말했다.

“정부의 공식 발표 또는 보도자료를 영국에서는 훨씬 더 비판적으로 접근한다. 아마 영국 교육부는 하루에 2~3건의 보도자료를 내놓을 것이다. 그런데 가디언의 교육 스페셜 리포터는 그런 보도자료 10개 가운데 하나 정도를 쓸 것이다. 그건(발표나 보도자료는) 기사가 아니기 때문이다. 그건 그냥 정부가 당신한테 하고 싶은 말일 뿐이다.

더 깊고 회의적으로 들어가자면, 이것이 과연 진실일까, 왜 정부는 이런 말을 하고 있는가, 그들이 조정하려 하는 것은 무엇인가. 그들이 밀어붙이려 하는 것은 무엇인가, 그들이 만들어내려는 기사는 무엇인가 등을 생각하는 것이 기자의 일이다.

정부가 내놓는 것은 오직 긍정적 뉴스 뿐이다. 정부는 절대로 나쁜 뉴스를 말하지 않는다. 정부의 미디어 담당자들이 하는 일이 오직 좋은 뉴스만 내보내어 (여론을) 조정하는 것일 때는, 그 자료를 그대로 보도하는 것은 절대로 기자들의 임무가 아니다. 기자들의 일은 ‘이게 진실일까’, ‘왜 저들은 이것을 말하는가’라고 묻는 것이다. 기자의 진짜 일은 ‘나는 이게 진실이 아니라는 것을 안다. 이게 진실이라는 것을 입증해보라. 그러면 어쩌면 기사를 쓸지도 모르겠다’고 묻는 것이다.

그러니 기자라면 현장에 나가서(on the ground) 커튼 뒤에서 무슨 일이 벌어지고 있는지, 정부가 기자들에게 밀어붙이고 있는 것의 진짜 모습을 찾아야 한다.”(존 헨리 가디언 기자)

교육 현장 이외에 교육 담당 기자가 중시할만한 취재 대상으로 국회 교육위원회가 있다고 존 헨리 기자는 설명했다. 영국 하원 의회의 교육위원회는 격주 1회 정도 열리는데, “교육부 장관에게 질문하는 의원들이 있는 그 곳에 가는 것이 교육부 청사에 가는 것보다 뉴스를 얻을 가능성이 더 크다”고 존 헨리 기자는 말했다. 이러한 의회 위원회에는 정치 스페셜 리포터와 해당 분야 스페셜 리포터가 동시에 취재를 별일 수도 있다고 그는 말했다. “같은 위원회를 취재해서 각기 다른 기사, 교육 기자는 교육 이야기, 정치 기자는 정부 이야기를 쓸 수 있다”는 것이다.

미국 LA 타임스는 이러한 훈련 과정없이 처음부터 사실상의 전문 기자를 채용한다. 존 글리오나 LA 타임스 기자는 “처음부터 특정 분야에 맞는 기자를 채용한다”고 설명했다.

“기자를 채용할 때, 처음부터 ‘신문사에서 이런 사람을 구한다’는 상세 설명이 나와 있다. 어느 분야를 취재하고 어떤 일을 할지 매우 상세히 적혀 있다. 채용된 뒤에 그 분야에서 남다르게 일을 잘한다면, 편집장에게 다른 새로운 분야의 일을 하고 싶다고 제안할 수도 있고, 때가 되면 편집장이 그러한 도전을 해보라고 권할 수도 있다.

그러나 채용 때부터 어떤 분야에서 어떤 일을 할 것인지 명확하기 때문에 기자들은 주어진 일을 그만하라고 할 때까지 계속한다. (다른 분야로 옮길 수 있을 때까지) 몇 년이 걸린다. 그것도 다른 분야의 기자채용 공고를 보다가 거기에 지원하는 방식이다.”(존 글리오나 LA 타임스 기자)

(3) 속보 처리의 원칙

로이터는 최근 몇 년 동안 인도와 폴란드 지사의 인력을 늘렸다. 윤화진 기자의 설명에 따르면, 인도 및 폴란드 지사에 소속된 기자들은 간단하지만 중요한 기사를

신속하게 작성하는 일을 전담한다. 통신사의 특성상 긴급하게 다뤄야 할 경제 관련 뉴스가 많은데, 과거에는 이를 쉐도우 리포터들이 처리했지만, 이제 그 역할을 인건비가 저렴한 나라의 기자들에게 맡긴다는 것이다. 인도에는 250명 안팎, 폴란드에는 100명 안팎의 기자들이 일하고 있다.

인건비는 글로벌 통신사에게도 부담이 된다. 지구의 반대편에 위치한 두 나라의 로이터 기자들은 번갈아 가며 각종 보도자료 등 간단한 기사를 24시간 처리한다. 이 시스템의 핵심은 비트 리포터들에게 더 심층적인 기사를 쓸 수 있는 환경과 조건을 제공하는 것에 있다. 통신사의 특성상 속보를 다루지 않을 수 없지만, 그런 일은 단순 업무가 가능한 기자들에게 맡기고, 뉴스룸의 핵심인 비트 리포터에게 탐사 및 심층 보도를 복돋는 것이다.

뉴스룸의 핵심 인력이 출고하는 기사량을 줄이되, 그 기사의 품질을 높이도록 이끄는 것은 미국 뉴욕타임스도 마찬가지다. 기사를 써도 좀체 출고되지 않으므로 기자들은 더 좋은 기사를 쓰기 위해 선의의 경쟁을 벌인다고 최상훈 기자는 설명했다.

“지면 중심으로 기사를 편집하던 예전에는 8대1의 경쟁을 뚫어야 했다. 에디터가 8개의 기사 중에 하나를 골라 지면에싣는 거다. 그래서 미국 기자들은 자기 기사를 적극적으로 홍보한다. 그렇게 자신의 기사를 갖고 경쟁해야 다음에 더 좋은 취재를 할 수 있다는 마인드가 있다.

“이제는 시대가 바뀌어서 온라인에 먼저 기사 내고 나중에 더 보완하면 그걸 지면에싣는 식으로 바뀌긴 했는데, 그래도 기자들이 과거보다 더 많은 기사를 쓰는 것은 아니다. 다만 예전에는 기사를 써도 안 실렸다면, 이제는 쓰는 기사들이 웹이라는 공간에 자주 노출되는 변화는 있다.”(최상훈 뉴욕타임스 기자)

뉴욕타임스의 기자 규모는 1500여명 정도라고 최상훈 기자는 말했다. 과거보다 줄어든 것은 아니고 비슷한 수준을 유지하고 있는데, 에디터 인력을 줄이고 취재기자 인력을 늘렸기 때문이라고 설명했다. 뉴욕타임스는 일찌감치 디지털 혁신을 이뤘고, 이른바 ‘온라인 선출고’의 모델을 선도했다. 그러나 온라인을 최우선시하는 뉴욕타임스 기자도 “일주일에 서너 건의 기사를 쓰면 많이 쓰는 편”이라고 최 기자는

말했다.

존 헨리 가디언 기자의 설명도 비슷한 내용을 담고 있다. 초년 기자인 제너럴 리포터는 하루 3~4건의 기사를 처리하고, 스페셜 리포터는 하루 1건 이하의 기사를 쓴다. 다만 스페셜 리포터가 쓰는 기사의 분량은 상당하다.

유럽 스페셜 리포터인 존 헨리 기자는 “보통 600 단어 정도의 기사를 쓴다”고 밝혔다. 이를 한국식으로 환산하면 200자 원고지 13~15장 정도다. 그는 과거엔 가디언의 섹션인 G2 데스크에서 피처 라이터로도 일했는데, 그 시절 그가 주 1회 정도 작성한 기사 분량은 2500단어, 200자 원고지 55장 안팎이었다. 즉, 스페셜 리포터는 기사를 자주 쓰지 않는 대신 깊이 있는 장문의 기사를 쓰는 것이다.

이들 해외 언론의 기자 규모는 한국 주류 언론의 3~10배 정도다. 그만큼 인력에 여유가 있으니 개별 기자에게 할당되는 기사 생산량이 적다고 이해할 수도 있다. 그러나 인터뷰에 응한 해외 기자들의 이야기를 종합하면, 이는 단순히 인력 규모의 차이가 아니라 ‘어떤 뉴스를 보도해야 하는지’에 대한 관점의 차이로 보는 것이 타당해 보인다.

온라인 선출고를 강조하면서도 뉴스 품질을 더 중시하고, 웹에 뉴스를 내보내면서도 속보보다는 ‘남들과 다른 기사’를 강조하는 풍토가 해외 언론의 뉴스룸에는 굳건히 자리 잡고 있다. 이것이 출입처의 보도자료를 온라인 속보로 처리하는 한국 출입처 기자들과의 차이를 만들었다고 볼 수 있다.

물론 그들이라고 디지털 시대의 속보 압박이 없는 것은 아니다. 그러나 적어도 균형을 유지해야 한다는 점, 시간을 들인 만큼 뉴스 품질이 좋아진다는 점을 잊지는 않은 것으로 보인다.

“시간의 압박은 아주 큰 문제다. 분명하게도 그것은 기사의 품질에 영향을 준다. 더 많은 시간을 투입할수록 더 좋은 기사가 나온다는 것은 매우 분명하다. 충분한 시간을 들이면 기사를 더 발전시킬 수 있다.

과거에는 기사를 보도할 곳이 신문 뿐이었고, 그래서 하루종일 하나의 기사에 몰두할 시간이 있었다. 지금은 30분 밖에 없다(웃음). 그래서 우선 두 문단 정도 써서 웹에 내보내고, 그 다음에 기사를 보완한다.

다만 오후 6시 이후에 기사를 웹에 올리면, 오후 2시 이전에 웹에 올리는 것과 비교해 많은 사람들이 읽지 않을 것이라는 점을 나는 안다. (시간 압박이 덜하다면) 더 좋은 기사를 쓸 수 있다는 것을 알지만, 상황이 다르니까, 안타깝지만 필요한 일이다. 사람들이 읽지 않는다면, 기사를 쓸 필요가 없다. 그러니 어쩌겠는가. 그러니 타협이 필요하다. 또는 균형이 필요하다.”(존 헨리 가디언 기자)

2) 해외 언론 기자들이 보는 한국 출입처 제도의 문제

(1) 주둔자 또는 세입자

한국인이거나 한국 주재 경험이 있다 해도 해외 언론에서 일해온 기자들은 한국의 출입처 관행을 쉽게 이해하지 못했다. 일본 언론의 기자를 제외한 대다수 해외 언론의 기자들은 출입처 및 출입 기자라는 용어 자체를 낯설어했다.

윤화진 로이터 기자는 “한국 기자들에게 출입처는 ‘주둔’하는 곳이지만, (로이터 등에서) 비트 리포터, 즉 출입 기자는 전문기자를 뜻한다”고 말했다. 최상훈 뉴욕타임스 기자는 “출입처 기자실에 있는 한국 기자들을 보면 세입자 같다”고 말했다. 영미 언론에서 일해온 이들의 관점에서 보자면 고정 출입처를 취재하는 한국의 기자는 수세적이고 방어적이며 피동적이다.

“지금 한국의 기자실에서 기자들이 큰 소리 내지만, 실제를 들여다보면 권력 기관의 울타리 안에 들어가 명명 짓으면서, 자기한테 힘이 있는 것처럼 보이려는 꼴이다. 실제로는 울타리 안에 갇혀 있는 것을 모른다. 기자들이 보도자료를 제공받는 형식을 보면 (관공서가) 닭에게 모이 주는 것 같기도 하고. 그런 방식으로는 기자들이 자기도 모르게 (출입 기관에 의해) 컨트롤 당할 것이다.

그 반대로 해야 한다. ‘나 이런 거 알아보고 있으니 답을 달라. 알려주지 않으면 국민의 알 권리를 어기는 것이고, 당신들한테도 좋을 것이 없다. 답을 줘야 당신들의 입장도 기사에 들어 간다’, 이런 식으로 언론과 정부의 긴장 관계를 가져야 한다. 적대감이 아니라 힘을 가져야 한다는 뜻이다.

기자가 먼저 취재해서 궁금한 것을 물어보면, 그 사람들이 와서 기자에게 설명할 수밖에 없게 만드는 구조로 가야 한다. 출입처 기자실은 그런 역할을 못하는 것 같다.”(최상훈 뉴욕타임스 기자)

존 헨리 가디언 기자도 최 기자와 비슷한 생각을 갖고 있었다. 그는 정부 부처 건물에 있으면서 고위 관리들을 만나는 방식으로 취재하면 “자신들만의 거품(bubble)에 갇혀 버리게 될 것”이라고 말했다.

“당신이 설명하는 그런 유형의 기자들은 영국에서는 의회를 담당하는 비트 리포터뿐이다. 가디언에도 5~6명 정도 있는데, 그들은 종일 의회 건물에 머물고 거의 떠나지 않으면서, 의원이나 장관과 이야기하며 시간을 보낸다.

이런 취재에 대한 많은 비판이 영국에도 있다. 그런 취재가 위험한 이유가 있다. (그런 상황에서는) 기자들이 거품(bubble)에 갇혀 있게 된다. 그들만의 작은 세상 말이다. 만일 당신이 교육에 대해 보도하겠다면 교육부의 거품 밖에 있어야 한다. 그게 영국 언론의 논리다. 영미 저널리즘에서는 기자는 관료들과 이야기하는데 하루를 보내지 않는다. 진짜 사람들과 이야기하기 위해 하루를 보낸다.”(존 헨리 가디언 기자)

한국의 출입처 기자들은 권력 감시를 위해서라도 출입처에 밀착하면서 ‘내부 제보자’를 통해 결정적 고발 특종을 보도하기를 꿈꾼다. 그런 면에서는 한국식 출입처 제도가 더 유용하지 않을까. 그러나 존 헨리 기자의 의견은 달랐다.

“물론 기자는 내부 취재원을 만들어야 한다. 그런 취재원을 만들지 못한다면 좋은 기자가 아니다. 그러나 그것을 위해 업무 시간에 그 정부 기관에 가서 시간을 보낼 필요는 없다. 영국의 스페셜 리포터들이 담당 부처 건물에서 보내는 시간은 일주일에 대략 몇 시간 정도다. 그 건물 안에서 그런 내부 취재원을 만들 수는 없기 때문이다. 그렇지 않은가? 그런 사람을 (부처 건물) 밖에서 만나겠지. 밖에서 점심을 먹거나 커피를 마시지 않겠는가?

기자는 내부 취재원이 일하는 건물에서 그 취재원을 사귀지 않는다. 적어도 영국에서는 (한국과 같은 출입처 방식이) 그렇게 작동하지 않는다.”(존 헨리 가디언 기자)

출입처의 고위 관계자로부터 고급 정보 또는 자료를 얻을 수 있을 것이라 기대하기보다는 스스로의 착안으로 일상의 현장에서 취재를 시작하는 풍토는 미국 언론에서도 비슷하다.

“미국 신문은 한국 신문보다 훨씬 더 이야기, 그리고 아이디어 중심으로 취재한다. 출입처가 아니라 아이디어를 강조한다. 교육 담당 기자라면, 교육 부라는 출입처에 얹매여 있기보다 교육과 관련한 기사를 어디에서건 구해와서 쓰는 기자라는 개념이 더 강하다. 취재도 (교육부) 밖에서 한다.

반면 한국 언론의 교육부 담당 기자는 교육부 출입처 기자실에 앉아서 (기사를) 시작한다. 그런데 미국 교육 담당 기자에게 교육부는 커버해야 하는 수많은 것 가운데 하나에 불과하다. 출입처에 있다 보면, 출입처에서 내주는 보도자료에 의해 움직이고 돌아가는 상황이 많을 것 같다. 그러나, 무엇이 지금 교육에 관련된 기사일까를 궁리하는 (미국의) 기자 입장에서는 교육부의 보도자료는 기사에 들어가는 일부 정보에 불과하다.”(최상훈 뉴욕 타임스 기자)

출입처 관행에 있어 비슷한 풍토를 갖고 있는 것으로 알려진 일본의 카미야 타케시 아사히신문 기자도 서울에 와서 깜짝 놀랐다. 자신으로선 이해할 수 없는 일을 한국 기자들이 서슴없이 행하고 있었기 때문이다.

“한국 와서 가장 놀란 게 보도자료다. 보도자료 원고가 기사 형식으로 나온다. 심지어 어떤 기자는 보도자료를 ‘복붙’ 해서 기사를 쓴다. 이거 보고 놀랐다. 그게 기자인가.

일본에도 보도자료가 나오지만 (기사) 원고 형식이 아니다. 기사는 우리가 직접 정리해서 쓴다. 그런 경우에도 보도자료에 없는 것을 찾아내서 쓰는

것이 기사의 부가가치이고 그만큼 특종이 되는 거니까, 남들 다 쓰는 걸 안 쓰려면 취재를 더 해야 한다. 전화하거나 찾아 가거나 집에 가거나.”(카미야 타케시 아사히신문 기자)

보도자료를 그대로 베껴 써도 기사로 대접받고 그런 기사가 기자 바이라인을 달고 하루에도 수시로 보도되는 한국의 출입처 관행을 그는 여전히 받아들이기 힘들다. 아사히신문의 기자들은 부처 출입 기자라 해도 일주일에 두세 건의 기사를 쓴다. 분량이 제법 많은 기사를 작성한다면 일주일에 한 건의 기사를 쓰기도 한다.

기자가 많기 때문이라고 설명하는 것에는 한계가 있다. 아사히신문의 기자는 2400명에 이르지만, 이 신문은 지금도 조간과 석간을 함께 발행하고 있고, 인터넷 뉴스도 출고하고 있다. 카미야 타케시 지국장의 설명을 들어보면, ‘출입처의 보도자료를 베껴 쓰는 것은 기사가 아니다’라는 오랜 관념의 영향이 더 크다고 보여진다.

“보도자료가 나온다 해도 (기자의 추가 취재를 통해) 부가가치를 만들어야 지면에 실린다. 꼭 필요한 속보는 쓰지만 애매한 것은 아예 안 쓴다. 차라리 2~3일 더 취재해서 깊이 쓰는 것이 독자의 이해를 돋는 차원에서, 부가가치가 있는 기사를 쓴다는 차원에서 도움이 된다. (발표자료 나오는 즉시) 바로 쓰고 끝이라고 하면 다른 시각이나 정보 등을 독자에 제공할 수 없다. 문제의식 갖고 취재해보니 무엇인가 (기관의 발표 내용과) 다르다는 기사가 나오는 거, 그게 언론사의 뜻인 것 같다.

한국 기자들을 보면 너무 바쁘다. 독자적 취재를 할 수 있는 여유가 어느 정도 있을까 궁금할 정도다. 그런데 거기에(보도자료에) 있는 거만 작성하고 끝내는 것에 익숙해지면 안된다. 거기에 없는 무엇인가에 대해 문제 의식을 가져야 한다. 일본도 그런 일이 있긴 하지만, 큰 사건 일어나면 다들 비슷한 헤드라인 쓰는 게 (기자로서) 가장 창피한 일이다. 한국은 그게 더 심한 거 같다. 어느 신문을 봐도 똑같다. 그렇다면 그 언론이 존재할 이유가 어디 있겠나.”(카미야 타케시 아사히신문 기자)

(2) 엔터프라이즈 기사와 유군

보도자료를 기다리지 않고 스스로 취재하는 것은 기자 개인의 역량이다. 그 과정은 다른 기사, 더 좋은 기사를 쓰려는 기자 집단 내부의 경쟁을 수반한다. 해외 언론의 기자들은 취재 보도 과정을 하나의 경쟁으로 인식하는 경향이 강했고, 그래서 기자단 차원의 협력 및 유대 관계를 이해하기 어려워했다.

윤화진 로이터 기자는 “외국 기자들 입장에서 가장 이해하기 힘든 것이 한국의 ‘기자단 문화’다. 기자단 차원에서 출입 기자를 심사하는 일은 외국에서는 상상도 할 수가 없다”라고 말했다.

주로 기업 취재를 담당했던 윤 기자의 설명에 따르면, 해외의 기업 가운데 사옥 내부에 기자실을 둔 곳은 없고, 사장 인터뷰를 제외하면 기업의 기자회견도 사옥이 아닌 호텔 등을 대여해 진행한다. 같은 기업을 취재하는 다른 언론사 기자들은 그런 기자회견장에 가서야 만나게 되지만 그런 자리를 통해 기자들끼리 친목을 도모하지도 않는다.

친분을 바탕으로 무리를 이뤄 취재하고 정보를 공유하는 한국 기자들과 달리 “이야기가 잘 통해서 개인적으로 친해지는 (타사) 기자가 있을 수는 있지만, 취재를 위해 기자들이 일부러 함께 다니지는 않는다. 기자단 모임 같은 것은 아예 없다”는 것이다. 윤 기자가 주력했던 것은 동료 기자들과의 관계가 아니라 대외홍보 책임자와의 관계 형성이었다.

“한국의 홍보 담당자는 (조직 내부의) 중요한 정보를 갖고 있지 않지만, 해외의 홍보담당자는 아는 것이 많다. (기자에게) 리크(정보 유출)를 할 수도 있다. 반면 기사를 잘못 쓰면 안된다. 한국에선 그런 일이 크게 문제 안되겠지만, 외국에서는 진짜 법정에 서는 등 심각한 문제에 처할 수 있다.”
(윤화진 로이터 기자)

해외 언론의 기자들 역시 홍보 또는 공보를 담당하는 공식 책임자를 취재한다. 그러나 그는 매우 중요한 취재원이므로 그와 만나거나 접촉하는 일은 다른 언론사 기자들을 배제하고 독립적이고 독자적으로 이뤄진다는 것이다. 그런 취재를 바탕으로 신뢰할만한 기사를 쓰는 것도 중요한 일이다. 일련의 과정에서 집단으로서의

기자단이 아니라 개인으로서의 기자의 역량을 입증하는 경쟁이 상시적으로 벌어진다. 그렇다면 그런 기사의 출발점 또는 착안점은 무엇일까.

“많은 기사는 뉴스 통신사에서 온다. 영국의 언론연합(PA, Press Association)은 하루 수백 건의 기사를 보도한다. 여기에 더해, 각 지역을 담당하는 10여 곳 이상의 지역 뉴스 통신사가 하루 10~20건의 기사를 쓴다. 이렇게 끊임없이 생산되는 뉴스 통신 기사들을 (가디언의) 뉴스 데스크가 들여다보고 있고, 기사에 목마른 기자라면, 당신도 직접 찾아볼 것이다.

그리고 그 기사들을 바탕으로 당신 스스로 기사를 발전(develop)시킨다. 관련된 곳을 찾아가고, 관련된 사람을 만나서 당신의 기사를 쓰게 된다. 그게 제너럴 리포터가 하는 일이다. 가디언 기사의 절반 정도는 그렇게 시작한다.”(존 헨리 가디언 기자)

존 헨리 기자의 이야기는 한국 기자들에게 시사하는 바가 적지 않다. 연합뉴스 등 통신사의 기사를 보고 신속하게 베껴 써서 출고하는 것이 아니라, 그런 통신 기사를 보고 더 구체적이고 심층적으로 파고들어 ‘자신만의 기사’를 쓰는 것이 일반적인 취재 보도 방식이라고 그는 말했다. 이를 통해 가디언 기자들이 가닿고자 하는 최종적인 목표는 ‘엔터프라이즈 기사’다.

“가디언의 경우, 정확한 수치는 아니지만, 전체 기사의 30% 정도는 엔터프赖즈 기사다. 즉, 네가 스스로 찾아낸 기사다. 편에서 누구를 만나 어떤 이야기를 듣고 너만이 알고 있는 기사를 쓰는 것이다.

어떤 날은 엄청나게 바쁘겠지만, 어떤 날은 써야 할 기사가 없을 수도 없다. 어떤 날에는 영국 본사 데스크에 앉아서 4개의 뉴스 통신 기사를 묶어 처리할 수도 있고, 가끔은 뉴스 현장에 보내질 수도 있다. 그렇지만 어떤 날에는 아무 일도 없을 수 있다. 그런 날에는 자신만의 기사거리를 찾는다.

한국은 어떤지 모르겠지만, 영국은 언론사 경쟁이 매우 심한 편이다. 더 나은 기사(better story)를 쓰려고 서로 경쟁한다.”(존 헨리 가디언 기자)

뉴스룸 차원에서 탁월한 기사를 목표로 삼는 것은 로이터도 마찬가지다. 윤화진 로이터 기자는 이 언론사가 ‘좋은 뉴스’를 어떻게 구현하는지 설명해줬다.

“로이터는 (뉴욕타임스나 가디언과 달리) 기자상에 대해 별로 신경 안 쓰는 것처럼 대외적으로 알려져 있지만, 실제로는 그렇지 않다. 매년 초, 각 지사 에디터들은 소속 기자들로부터 ‘엔터프라이즈’ 기사의 아이템을 받아 8~10개 정도로 추린다. 그리고 6월 정도 되면 중간 점검해서 그 가운데 절반을 털락시킨다. 인원이 많지 않으니 선택과 집중을 하는 것이다. 9월이 되면 다시 한번 더 추린다. 그렇게 해서 올해 우리 지사를 대표할만한 기사를 만들어낸다. 기자상도 받고 취재하고 기사 쓰는데 6개월에서 1년 정도 걸리는 기사들이다.

매년 로이터가 세계에서 받는 각종 기자상이 대여섯 개 정도 된다. 그 가운데 내가 일하는 지사에서 출품한 기사를 꼭 만들어내려고 한다. 그런 상을 얼마나 받았는지, 얼마나 좋은 기사가 많이 나왔는지에 따라 지사장과 에디터들이 평가를 받는다. 내가 살아남으려면, 에디터로서 똘똘한 기자들을 모아 전략적으로 (좋은 기사를) 준비한다.”(윤화진 로이터 기자)

윤 기자의 설명을 종합하면, 로이터는 비용 절감 차원에서 저임금 인력에게 단순보도를 맡기고, 소수 정예의 실력 있는 비트 리포터를 중심으로 더 탁월한 뉴스를 만드는 것을 전략적 방향으로 삼아왔다. 이러한 뉴스 전략을 윤 기자는 “소수의 인력으로 가장 비싼 기사, 가장 좋은 상을 받을만한 기사를 쓰겠다는 것”이라고 표현했다. “이제는 인터넷으로 모든 정보를 쉽게 찾아볼 수 있다. 따라서 여기저기 찾아다니며 직접 조사하고 취재해야만 쓸 수 있는 진짜 좋은 기사를 잘 써낼 수 있는 기자들만 남기려고 한다.”

출입처에 대부분의 기자를 배치해온 아사히신문도 최근 변화가 일고 있다. 원래는 젊은 기자들이 주로 맡았던 ‘유군’ 역할을 고참 기자들이 함께 맡고 있다. 유군은 ‘유랑하는 군인’ 또는 ‘노는 군인’이라는 뜻에서 비롯했는데, 일본에서는 정해진 출입처 없이 자유롭게 취재하는 기자를 유군 또는 유군 기자라고 부른다. 카미야 타케시 기자는 유군 기자가 아사히 기자 인력의 약 10%를 차지한다고 설명했다.

“유군 기자는 프리랜서랄까 자기가 전문성을 갖고 있거나, 자기가 하고 싶은 것만 하는 기자들이다. 출입처 기자들은 자기 출입처 이슈만 대단하게 생각한다. 그러면 언론이 다루는 이슈가 제한된다. 그런데 유군 기자들은 재무성과 기업을 오가면서 취재한다.

유군 기자는 탐사보도 기자와 다르다. 일본에서는 탐사보도를 ‘특별보도부’에서 한다. 특별보도부 기자들은 따로 있다. 그것과 별개로 각 부서, 정치부, 경제부, 사회부 안에 유군 기자들이 있다.”(카미야 타케시 아사히신문 기자)

앞서 적었듯이 한국 언론사들은 인력에 여유가 생기면 특정 출입처에 배치하는 인력을 늘린다. 반면 아사히신문은 6개월~1년 동안 특정 주제만 파고드는 자유취재 기자의 인력을 늘리고 있다는 것이다.

5. 소결

국내 언론사 세 곳의 뉴스룸 편제를 분석하고, 국내외 기자들을 심층 인터뷰한 결과를 종합하면, 한국 언론은 여전히 출입처 정보에 대한 의존성이 매우 높다. 규모가 큰 언론사일수록 그런 경향이 강해지고, 정치, 경제, 사회 등 주요 뉴스 영역일수록 출입처 의존도가 높다.

이러한 출입처를 국내에서는 경력 5년 이하의 젊은 기자들이 주로 담당한다. 출입처에서는 과거의 기자단 폐해가 완화되거나 해체되는 흐름이 있지만, ‘꾸미’ 등 새로운 방식으로 기자들만의 관행이 생겨나고 있다.

포털 조회수를 겨냥한 속보 처리 및 베껴쓰기를 독려하는 뉴스룸 관행으로 인해 출입 기자들은 사무실 순회, 대면 접촉 등 오프라인 취재보다는 디지털 순회를 주로 수행하고 있으며 이는 뉴스 품질 악화로 이어질 우려가 있다.

과거의 출입처 문제는 관언유착에 대한 비판에서 비롯한 측면이 있는데, 이제는 뉴스품질 향상 차원에서 출입처 제도 전반을 재점검해야 하는 시기가 도래한 것으로 볼 수 있다. 개별 언론사가 뉴스품질 혁신 차원에서 출입처 문제에 접근해야 한다.

실제로 해외 선진 언론에서는 젊은 기자들에게 광범위한 취재 경험을 맡기고, 소수의 검증된 중견 이상의 기자들에게만 출입처를 맡겨, 출입 기자가 전문 기자 노릇을 할 수 있도록 한다. 아울러 뉴스룸 차원에서는 속보 처리를 최적화하고, 독창적인 기사 발굴을 독려하고 있다. 이것이 기자의 진짜 역할이라는 공감대가 뉴스룸에 확고하게 자리 잡았고, 여기에 더해 좋은 기사를 쓰는 경쟁을 거쳐야만 직업적 안정성이 보장되는 인사·보상 시스템을 갖추고 있다.

III. 출입처와 뉴스 품질

<연구문제 5>와 관련해, 이 연구는 한국 종합일간지 1곳과 미국 유력신문 1곳의 보도 차이를 비교한다. 두 나라의 출입처 운영에 차이가 있다면, 그 결과는 그 출입처를 활용하는 기자들이 보도하는 기사들에서 명확히 드러날 가능성이 있다. 이러한 차이가 발견된다면, 이는 국내 출입처의 속성과 취재 관행을 더 잘 이해하는 데 도움이 된다. 예를 들어, 한 출입처의 경우, 취재 특성상 기자들이 그 출입처의 기자실에서 거의 온종일 상주하면서 취재한다면, 이들의 기사에 등장하는 취재원 중 대부분은 그 출입처의 관계자들일 가능성이 있다.

또한, 한미 간 기사 비교를 통해, 한국의 출입처 기자들이 일상적으로 뉴스를 생산하면서 좀처럼 주목하지 않는 이슈가 무엇인지, 잘 가지 않는 현장이 어디인지, 어떠한 부분을 놓치고 있는지를 알 수 있다.

뉴스의 주인은 궁극적으로 기자나 취재원이 아닌 수용자이며, ‘저널리즘’은 “수용자가 자유로워지고 자신을 스스로 통제하는 데에 필요한 정보를 제공한다”라는 점을 대원칙으로 삼는다(Kovach & Rosentiel, 2001; 손석준, 2006, 42쪽 재인용). 뉴스의 수용자는 단순히 수동적인 존재가 아니라 민주사회의 주역인 시민이기도 하다. 보도는 수용자가 원하는 내용을 제공해야 하며, 이들의 편익에 부합하는 방향으로 구성될 필요가 있다(김연식·박남기, 2018).

오늘날 한국 신문·방송 뉴스가 지식상품으로서 소비자의 기호를 충족시키고 있는가에 대해선 의문의 여지가 많다. 유튜브 등 디지털 뉴미디어의 폭발 상황에서 언론시장의 소비자들에게 전통적 신문·방송 기사들의 매력을 감소하는 것으로 여겨진다(김승수, 2011). 지속적인 구독자 수 감소와 광고수익 하락으로 위기를 맞고 있는 것도 이러한 수용자와의 괴리와 무관치 않다. 따라서 국내 출입처제도와

취재 관행이 뉴스 수용자를 위해 기능하는지 돌아볼 필요가 있다. 한미 간 기사 비교는 기사 텍스트가 출입처와 수용자를 어떻게 고려하지를 파악할 수 있다는 측면에서도 효용성이 있다.

이 연구의 분석 대상 언론사로는 ‘한겨레’와 ‘뉴욕타임스(The New York Times)’를 선정했다. ‘한겨레’는 국내 대표적 진보성향 신문사로서 주류 언론사의 출입처 취재시스템을 따르면서 지면 혁신도 추구해온 편이다(김지주·권상희, 2020; 장슬기, 2018). ‘뉴욕타임스’는 평일 63만 부를 발행하는 미국의 대표 일간지이고, 전통적으로 미국 민주당을 지지해왔으며, 2014년 디지털 시대에 대응하는 혁신보고서를 내 세계적 주목을 받았다(송해엽·양재훈·오세욱, 2020, 186쪽).

교육 분야와 정치 분야는 한국에서 출입처를 중심으로 취재가 이뤄지는 것으로 여겨지는 대표적인 분야다. 이 두 분야에서 각각 ‘한겨레’ 기사와 ‘뉴욕타임스’ 기사가 어느 정도 다르게 보도되는지를 검토했다. 이어, 국가의 여러 분야에 전반적으로 영향을 끼치는 주요 경제정책을 보도하는 데에 있어서, ‘한겨레’ 기사와 ‘뉴욕타임스’ 기사가 어떻게 차이가 나는지를 분석했다. 이들 분석은 현상의 핵심적 특성을 직관적으로 파악하는 데에 유용한 ‘사례 연구’ 방식으로 수행했다.

1. 교육 분야 기사 비교

‘한겨레’ ‘교육’ 면에 게재된 기사와 ‘뉴욕타임스’의 ‘Education(교육)’ 섹션에 실린 기사를 비교했다. ‘한겨레’의 ‘교육’ 면은 주로 교육부, 대학, 교육청 출입 기자들이 담당하면서 교육과 관련된 다양한 이슈를 다룬다, 이들 기관은 중요한 출입처여서, 관련 기사들은 출입처 취재 관행과 연관성이 깊을 것으로 추정된다.

‘뉴욕타임스’의 ‘Education’ 섹션은 미국 전역에서 발생하는 교육 이슈와 뉴욕시를 중심으로 한 교육 이슈를 중점적으로 보도한다. 이 섹션을 고정적으로 담당하는 이 신문사의 정규직 기자들과 교육 분야의 외부 프리랜서 기자들이 함께 제작하는 것으로 보인다. 이런 점으로 볼 때 한겨레의 ‘교육’ 면과 뉴욕타임스의 ‘Education’

섹션은 비교 대상으로 적합하다고 할 수 있다.

구체적으로 ‘한겨레’의 7월 5일 교육 섹션 초기화면(<그림 18>)에 게재된 총 18개 기사와 ‘뉴욕타임스’의 같은 날 교육 섹션 초기화면(<그림 19>)에 실린 총 19개 기사 중에서 ‘코로나 확산 이후 대학가 소식’을 다룬 두 기사를 ‘사례 연구’로 비교했다.

<그림 18> 2020년 7월 5일 한겨레 교육 섹션



두 기사는 각각 교육 섹션에서 비중 있는 위치에 게재돼 있었다. 두 기사 간 비교를 위해 △성격 △취재원 △서술 △심층성·독창성이라는 4가지 척도를 사용했다. 이들 척도는 한미 간 신문기사 비교 연구에서 사용된 방법론에 이 연구의 목적에 부합하는 부분을 추가하여 구성했다(박재영·이완수·노성종, 2009; 설원태, 2012; 이건호, 2008; 이건호·정완규, 2008).

‘성격’ 척도에선 기사의 핵심 메시지이자 주제를 드러내는 제목 등 기사의 전체적 특성을 파악했다. 발표기사(발생 사건을 보도하는 기사), 발표기획기사(발생 사건 및 이 사건에 관해 독자적으로 기획된 주제를 보도하는 기사), 혹은 기획기사(독자적으로 기획된 주제를 보도하는 기사)인지를 주로 구분했다. 이외에도, 기관

중심 기사인지 수용자 중심 기사인지 파악했다.

‘취재원’ 척도의 경우, 본문에서 특정 출입처가 강조되는지, 어떠한 취재원이 사용되는지, 실명(투명) 취재원이 어느 정도 등장하는지를 알아냈다. ‘서술’ 척도는 주로 어떤 취재방식을 통해 무엇을 알아내어 어떻게 서술했는지를 파악했다. ‘심층성·독창성’ 척도와 관련해, 4명 이상 투명취재원, 복합 관점, 4개 이상 이해당사자의 제시를 통해 심층성을 구현했는지, 독자적 취재 노력으로 얻은 차별화된 내용으로 독창성을 구현했는지를 탐색했다.

<그림 19> 2020년 7월 5일 뉴욕타임스 교육 섹션

Education

The screenshot shows the 'Education' section of the New York Times website. It features three main articles:

- Will the Coronavirus Forever Alter the College Experience?** This article discusses how the pandemic has changed college life. It includes a small image of a person wearing a mask and a graduation cap.
- College Made Them Feel Equal. The Virus Exposed How Unequal Their Lives Are.** This article explores how the virus has highlighted existing inequalities. It includes a small image of a group of people.
- College Chatbots, With Names Like Iggy and Pounce, Are Here to Help** This article talks about AI chatbots in education. It includes a small image of a person wearing a mask.

Each article has a brief summary and a link to the full article. The overall layout is clean with a white background and blue header text.

1) 성격

‘건국대’ 관련 ‘한겨레’ 기사(<그림 20>)는 「등록금 반환 발표 건국대, 학생 1인당 29~39만원 지원 결정」이라는 제목을 통해 그 주제를 드러냈다. 이 기사는 등록금 일부 반환이라는 이례적 ‘사건’을 전하는 발생기사의 성격을 보였다. 대학이

라는 출입처의 목소리에 의존한 전형적인 취재원 중심 기사였다. 등록금 반환과 관련된 재원 규모, 재원 조달 방법, 수혜 규모, 반환 이유 등 구체적 ‘정보’를 제공했다. 이 기사는 코로나바이러스 확산 이후 가장 중요한 대학생 관련 소식 중 하나로 처리됐다.

<그림 20> ‘건국대 등록금’ 한겨레 기사

‘등록금 반환’ 발표 건국대, 학생 1인당 29~39만원 지원 결정

수업료 0.2% 배정...44억원 재정 마련해 등록금 증액 계획이세

가는 그날 오후 서울 마포구 백화점 앞에서 청년들이 등록금 소청·교수님 아파의 주장과는 대체로 맞지 않아 시위를 하고 있다. [연합뉴스]

대학을 가면서 차용으로 코로나19 상황에 풀어진 등록금 반환‘ 요구의 불행기로 한 건국대학교가 절약 44억원의 재정을 ‘특별장부’ 형태으로 저학년들에게 지원하기로 했다고 홍보한다. 일부 학생들은 수업료에서 0.3%를 감면하거나 지원해주는 조치로, 각학년 1인당 29만~39만원이 지원될 것으로 보인다.

사회 카드 또는 기사

- 1. 한교서울 김류·설재은·윤...[한국일보]
- 2. '한은법이 신설·수당...[한국일보]
- 3. 대학교별 워...[한국일보]
- 4. 수업료 면제금...[한국일보]
- 5. 코로나...[한국일보]

Audi
The new Audi Q3.
www.audi.com
www.audi.com

‘불평등’ 관련 뉴욕타임스 기사(<그림 21>)는 「대학은 학생들이 평등하다고 느끼도록 해주지만, 바이러스는 그들의 삶이 얼마나 불평등한지 드러낸다(College made them feel equal. The virus exposed how unequal their lives are)」라는 제목에서 주제를 드러냈다. ‘코로나바이러스 확산 이후 비대면 환경으로 인해 상류층 대학생과 저소득층 대학생 간 불평등한 삶이 뚜렷하게 느껴진다’라는 주제를 담고 있었다. 이 기사는 기획 기사에 가까웠다. 또, 출입처·기관·대학이 아닌 수용자·시민·대학생을 중심에 뒀다. 이런 점은 성격 측면에서 한겨레 기사와 뚜렷하게 다르다.

<그림 21> ‘불평등’ 뉴욕타임스 기사

College Made Them Feel Equal. The Virus Exposed How Unequal Their Lives Are.

When they were all in the same dorms and eating the same dining hall food, the disparities in students' backgrounds weren't as clear as they are now as virus spread.



Photo by Michael Nagle for The New York Times
Left: Tessa Adkins takes the stairs of a dormitory at Stony Brook University in Stony Brook, N.Y., last month. Right: A woman stands in the doorway of a food truck in the Bronx, N.Y., last month. (Michael Nagle for The New York Times; Christian Best for The New York Times)

이 ‘뉴욕타임스’ 기사는 대학행정에 관한 구체적 정보를 담지 않는 대신 미국 대학생들의 달라진 일상과 사적 경험, 느낌을 전달하는 데 주력했다. 「학생들이 같은 기숙사에 살면서 구내식당에서 같은 음식을 먹을 땐 그들의 절박한 형편이 명확하게 드러나지 않는다」라는 부제는 이러한 분위기를 잘 나타낸다.

결과적으로, 성격 측면에서 이 ‘뉴욕타임스’ 기사의 ‘기획’, ‘수용자 중심’, ‘사적 경험’ 성격은 한겨레 기사의 ‘사건’, ‘기관 중심’, ‘공식 행정’ 성격과 뚜렷한 대비를 이뤘다.

2) 취재원

‘한겨레’ 기사에서는 건국대 대학본부라는 출입처가 나타났다. 나아가, 이 출입처는 가장 중요한 취재원이자 유일한 취재원으로 기능했다. 구체적으로, 취재원은 “건국대”, “건국대 쪽”으로만 표기됐다. 통상적으로, 국내 기사에서 대학

이름이 취재원인 경우, 실제 취재원은 대학본부 관계자다. 이 기사에서는 실명이 노출되는 투명취재원은 등장하지 않았고 수용자·시민·대학생 취재원도 없었다. 기사에 게재된 사진은 마스크를 착용한 채 등록금 반환을 요구하는 이화여대 학생들의 시위 모습으로, 건국대 소식을 전하는 본문 내용과 간접적으로만 연관됐다.

‘뉴욕타임스’ 기사는 펜실베이니아주 하버포드 대학이 폐쇄되고 이 대학의 아나타 이삭스 교수가 담당하는 ‘정치학(political science)’ 수업이 온라인강의로 바뀌면서 뿔뿔이 흩어진 이 수업 수강생들을 추적했다. 그중 상류층 집안의 여자 수강생과 가난한 이민자 가정의 여자 수강생을 주요 취재원으로 인터뷰했고 이들의 실명과 사진을 공개했다. 사진에서 이 두 대학생은 학교 폐쇄 후 각각 자신의 고급 별장과 생계형 푸드트럭 앞에서 자세를 취해 ‘코로나19 이후 대학생들 간 계급 격차’라는 기사의 주제를 부각했다(<그림 9>의 두 여성). 기사는 교수의 실명-사진 인터뷰도 게재했고 이외 몇몇 실명 취재원 간 대화를 담았다.

종합하면, 취재원 측면에서, ‘한겨레’ 기사와 ‘뉴욕타임스’ 기사는 공통으로 ‘코로나 19 이후 대학생들에 관한 내용’을 다뤘지만, 전자는 대학 출입처만을 통해서, 그 출입처 소속 익명 취재원 한 명만을 취재원으로 활용했다. 이와 비교해, 후자는 당사자인 대학생들 속으로 뛰어들어 다수의 대학생과 교수를 투명취재원으로 활용했다. 대신 대학본부 등 ‘한국식 출입처’를 인용하지 않았다. 인터뷰 사진을 제목 아래 전면에 내세운 배열에서 ‘대학의 주인은 대학생들이고, 이들이 자기 이름과 얼굴을 걸고 하는 말을 반영하겠다’라는 의도가 느껴졌다.

3) 서술

‘한겨레’ 기사의 내용(아래)에 따르면, 이 기사는 건국대라는 출입처가 배포한 보도자료를 확보해 그 내용을 전달하는 취재 방식을 주로 사용했다.

“건국대는 30일 오후 보도자료를 내고, ‘정상적인 학기였다면 직간접으로 재학생들에게 지원됐어야 할 예산 등 전체 44억원을 재원으로 ‘특별장학’을 편성해 2020학년도 1학기 기준 전체 재학생들을 지원하기로 등록금심의위원회에서 합의했다”고 밝혔다.

취재원 표기에서 홍보담당자라는 직책이나 실명이 등장하지 않았다. 다만, 이 기사에 수록된 ‘건국대 쪽’이라는 취재원의 코멘트는 보도자료를 작성한 홍보담당자를 상대로 취재한 결과일 수 있다. 출입처의 보도자료를 일차적으로 참고한 뒤 홍보담당자나 관련 부서 관계자를 상대로 추가 취재해 기사를 내보내는 것은 출입처 시스템에서의 일반적인 기사 작성 패턴이다. 이 ‘한겨레’ 기사는 이 패턴을 그대로 따르고 있었다.

이 ‘한겨레’ 기사의 서술에 있어서, 문법이나 기사체에 어긋나는 표현은 없었다. 보도자료와 익명 출입처 취재원의 부연 설명만으로 분량을 채우다 보니, 출입처 제공 정보를 세세하게 소개하는 정보적 메시지(informational messages)에 치중했다. 이로 인해 지엽적이고 행정적이고 관심도가 떨어지는 내용도 기사에 포함됐다.

“애초 대학본부에서 마련하려던 전체 재원은 36억원 규모였으나 등심위 논의 과정에서 44억원으로 확대됐다”라는 내용이 대표적이다. 이 문장은 ‘등록금심의위원회’라는 건국대 대학본부 산하 어떤 소조직의 ‘호혜’를 강조한 것 외에 특별한 정보를 제공하지 않았다. 대다수 독자는 물론이거니와 수혜 당사자인 건국대학생도 별로 관심을 두지 않을 내용이었다. 오히려, 지나쳐 보일 정도로 상세한 내용은 기사가 대학본부의 편에 서 있다는 인상을 줬다.

‘뉴욕타임스’ 기사는 상류층 집안의 대학생과 저소득층 가정의 대학생 간 계급 격차를 상징적으로 보여주는 두 명의 여자 대학생을 인터뷰했다. 이것은 이 기사의 가장 중심적 취재방식으로, ‘한겨레’ 기사의 출입처 중심 취재방식과 대비됐다. 대학 홍보부서에 의존하지 않은 채 ‘정치학’ 수업을 추적하면서 독립적으로 취재했고 출입처·기관보다 수용자·대학생을 기사의 주인공으로 배치한 점이 대표적이다. 수업을 맡은 교수와 다른 학생들, 학부모들은 부수적인 취재원으로 등장했다.

취재 노력과 관련해, 대학생 간 불평등이나 빈부격차는 누구나 말할 수 있는 주제이지만, 이에 해당하는 실제 학생들을 섭외해 기사에 그 실명-얼굴을 노출하는 것은 쉬운 일이 아닐 것이다. 부유한 학생이든 가난한 학생이든 자신을 이런 주제의 기사에 공개적으로 드러내는 것을 꺼리기 마련이기 때문이다. 이 ‘뉴욕타임스’ 기사는 이들을 자사의 카메라 앞에 세워으로써 취재 노력을 충분히 했다고 할 수 있다. 또, 이 사진들을 전면에 내세워 자신의 노력을 독자들에게 어필했다.

취재된 내용의 서술 방식과 관련해, 이 ‘뉴욕타임스’ 기사는, 정보적 메시지에

치중한 ‘한겨레’ 기사와 달리, 주제를 지지하는 이야기적 메시지(narrative messages)를 활발하게 사용했다. 정치학 수업을 듣는 상류층 대학생은 학교 기숙사가 폐쇄되자 사모펀드 임원인 부모의 저택으로 돌아왔는데, 부모가 바이러스 감염 위험을 피해 한적한 바닷가 별장으로 거처를 옮기면서 별장에서 온라인으로 수업을 듣는다. 반면, 같은 수업의 수강생인 남미 푸에르토리코 이민자 집안 출신 대학생은 코로나 경제난의 직격탄을 맞았다. 푸드트럭에서 가족과 함께 고향 음식을 만들어 팔면서 간신히 생계를 꾸려가지만, 역병으로 주 고객인 사무직 근로자들의 점심시간 발길이 뜰해져 큰 어려움을 겪고 있었다. 이러한 이야기적 서술은 독자를 기사에 몰입하게 하는 요인으로 작용하는 듯했다. 이 기사에선 딱딱하고 행정적이고 지엽적인 정보로 기사의 분량을 채우려는 시도가 거의 눈에 띠지 않았다.

4) 심층성·독창성

‘보도의 깊이(depth of reporting)’를 의미하는 심층성은 취재원, 관점, 이해당사자에 의해 구성되는 것으로 여겨진다(Project for Excellence in Journalism, 2008; 이건호, 2008, 111쪽, 재인용). 주로, 4명 이상의 투명 취재원의 수, 복합 관점, 4개 이상의 이해당사자라는 3개 요소가 기사의 심층성을 구현하는 고급 취재 보도의 기준이자 취재 보도 지수로 어느 정도 인정된다(박재영, 2006; 송용희, 2005).

이 기준에 따르면, ‘한겨레’ 기사는 투명취재원을 두지 않았고, 출입처인 건국대 대학본부의 보도자료가 제시한 하나의 관점만을 소개했다. 등록금 반환 이슈는 대학과 대학생이 대립하는 문제로서, 비록 건국대가 일부 반환을 결정했지만, 그 액수가 수업료의 8.3%였다. 따라서 건국대의 결정에 대해 다양한 관점이 나올 수 있었다. 이해당사자의 경우, 등록금 반환을 주장하는 대학생이 대학과 함께 양대 이해당사자인데, 이 ‘한겨레’ 기사는 대학생을 전혀 등장시키지 않았다. 결과적으로, 이 기사는 심층성의 구현에 실패한 것으로 평가된다.

대체로 출입처가 제공하는 보도자료나 기자회견 등을 기반으로 작성하는 기사들은 심층성을 확보하지 못하는 경향성을 보였다. 예를 들어, 한 연구에 따르면, 동아일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레 1면에서 심층성이 담긴 고급기사의 비중은

11.1%에 그쳤다(박재영, 2006). 반면, 미국 신문 1면 기사는 한국 신문 1면 기사보다 높은 취재 보도지수를 보였다(한국언론재단, 2007). 이를 보면, 이 연구의 분석 대상인 ‘한겨레’ 기사도 출입처 의존 취재로 심층성 구현에 실패하는 국내 뉴스의 일반적인 패턴을 밟고 있다고 할 수 있다.

독창성은 다른 언론사 기사에 없는 정보를 독점하는 성격을 뜻한다(한국언론재단, 2007). 중요한 정보를 단독으로 보도하는 특종은 독창적 기사의 대표적 유형이라 할 수 있는데, 독창성은 비단 특종을 통해서만 구현되는 것은 아니다. ‘모방이 없는 원조’로서 독창성은 기자의 독자적 기획이나 탐사 취재방식으로 개발된 기사에서도 나타날 수 있다(이건호, 2008, 110쪽). 이러한 단독 개발 기사는 특별한 노력을 기울이지 않고 작성된 다른 기사들과 뚜렷이 구별된다.

분석 대상인 ‘한겨레’ 기사는 여러 언론에 동시에 배포된 출입처 보도자료를 취재의 근간으로 삼고 있으므로 독창성을 갖고 있다고 하기 어렵다. 기자가 보도자료를 확보하거나 홍보담당자로부터 추가적 설명을 들은 것 외에 취재를 위해 별도로 노력한 흔적은 나타나지 않았다. ‘국내 최초 등록금 일부 반환’은 전국 대학생에게 영향을 주는 사건으로, 이러한 사건의 중요성에 비교해 취재 노력은 적었던 것으로 평가된다.

반면, ‘뉴욕타임스’ 기사는 4명 이상의 투명취재원을 두고 있었고, 주제에 관한 복합적 관점을 제시했다. 이해당사자와 관련해, 미국 사회의 계층 구조를 받아들이는 사람들과 이에 비판적인 입장을 가진 사람들이 등장했다. 이런 점으로 볼 때, 이 기사는 상당한 정도의 심층성을 확보한 것으로 보였다.

독창성과 관련해, 이 ‘뉴욕타임스’ 기사는 특종이라고 할 수는 없다. 그러나 비대면 강의가 시행된 이후 한 대학 수업 구성원들의 동선을 낱낱이 파헤친 기자의 독자적 기획력과 상당한 취재 노력이 인정될 수 있었다. 이를 통해 상류층 대학생과 생계 위기에 처한 저소득층 대학생을 비롯한 여러 구성원이 각각 어떻게 코로나바이러스 사태를 느끼는지에 관한 새롭고 흥미로운 정보를 독점적으로 제공했다. 이러한 독창성은 뉴스 전달자로서 매체 가치를 고양한다고 할 수 있었다. 그러나 이 기사는 대학생 사회의 양극화 문제의 심각성을 보여주는 어떤 사건이나 통계를 발견해 제시한 것이 아니므로, 주제의 보편적 입장에 있어 한계를 드러냈다.

2. 정치 분야 기사 비교

한국과 미국에서 대체로 정치 분야 기사는 대통령, 행정부, 국회(의회), 정당, 지방자치단체(주 정부), 그리고 시민사회에서 발생하는 정치적 이슈들을 광범위하게 다룬다(김광덕, 2019; D' Alessio & Allen, 2000). 특히, 대선, 총선, 지방선거 등 주요 선거가 열리는 때엔 정치뉴스 소비가 급격히 늘어나는 편이다(이효성, 2020; Kawakami, Umarova, & Mustafaraj, 2020; Tian, Zhang, Yamamoto, & Morey, 2020). 또, 국내에서 정치기사는 청와대, 국회, 여당, 제1야당, 국무총리실, 외교부, 국방부, 서울시청 등 핵심 권력기관으로 꼽히는 출입처에서 주로 생산된다. 출입처 빌 보도 중에서 정치 보도는 양적 측면으로나 중요도 측면으로나 비중이 상당히 크다고 할 수 있다(황금별, 2015).

이런 정치기사의 특성을 참작해, 출입처별 한·미 기사 비교의 두 번째 사례 연구에선 정치기사를 비교한다. 구체적으로, 2020년 9월 2~3일 ‘한겨레’에 보도된 문재인 대통령의 ‘의사–간호사’ 발언 관련 3개 기사와 같은 해 8월 28일 ‘뉴욕타임스’에 보도된 도널드 트럼프 미국 대통령의 ‘뉴욕시 범죄’ 발언 관련 1개 기사를 조명한다. 이 ‘한겨레’ 기사 3개를 합한 분량은 ‘뉴욕타임스’ 기사 1개의 분량과 비슷했다. 이들 기사는 대통령이 특정 사회현상에 관해 분명한 논조로 정치적 발언을 하는 것을 보도한 공통점이 있다.

비교를 위한 척도로는 성격, 취재원, 서술, 심층성·독창성 척도를 활용했다. 여기에, 형식적 중립성·사실성 척도를 추가했다.

‘형식적 중립성’과 관련해, 한국과 미국의 상당수 정치기사는 언론사의 진보·보수 성향에 의해 특정 이슈를 편향적으로 보도해온 것으로 평가받았다(Kuypers, 2014; Weatherly, Petros, Christopherson, & Haugen, 2007). 고영신(2007, 156쪽)은 “보수·진보를 막론하고 개별 언론사의 정치 성향 및 정치 권력과의 이념적 유사성을 바탕으로 한 친소(親疎)관계에 따라 보도가 크게 영향을 받았다”라고 밝혔다. 이 “뉴스 프레임의 정파적 양극화”는 정파성이 약한 유권자에게 강한 효과를 내기도 했다(송현주, 2015, 221쪽). 편향 보도 문제가 심각해지자, 국내에선 “보도가 편향됐다”라는 사회적 비난을 회피하려는 “전략적 의례”가 뉴스 제작과정에 개입하기 시작했다. 그 결과로 정치 보도에서 “형식적 중립성 혹은 기계적

중립성의 실천”이 나타났다고 한다(이완수·배재영, 2014, 365쪽).

이에 따르면, 최근 국내 언론은 ‘편향성’과 관련된 지적을 받지 않기 위해 특정 이슈에 관한 여·야의 대립적 의견을 균등하게 배치하는 보도양상을 띤다. 진보·보수·중도 언론이 모두 이런 양상에 동조화되는 경향성을 보인다. 이러한 형식적 중립성은 정치인들의 서로 충돌하는 발언을 육성 그대로 소개해주는 것으로 보도의 사명을 거의 끝내는 소위 “따옴표 저널리즘”으로 이어진다고 할 수 있다(이준웅·양승목·김규찬·송현주, 2006, 64쪽).

‘사실성(factuality)’은 가짜뉴스(fake news)에서의 가짜(fake)의 반대 개념으로, 저널리즘에선 현실의 객관적 재현을 의미한다(이충환, 2013). 정치는 “말로 하는 싸움” 혹은 “말의 예술”로 통하고, 정치 보도에서 사실성은 정치인의 발언에 관한 검증에 주로 사용된다.

대통령, 유력 대선후보, 야당 당수 같은 정치인들의 메시지는 사회에 큰 영향을 주고 선거의 결과를 결정한다. 정치인들의 말은 정치기사에서 중요하게 취급될 수밖에 없다(김철웅, 2009). 정치기사는 정치인들의 말에 담긴 내용이 현실을 객관적으로 재현한 것인지를 독자적으로 검증한 명세를 함께 공개함으로써 기사의 사실성 혹은 사실충실성(factfulness)을 어느 정도 구현한다(Bybee, 1999; Rosling, Rosling, & Rosling, 2018).

현대엔 선거에서 승리해 권력을 쟁취하기 위해 가짜뉴스(fake news)를 언론 매체와 온라인에 퍼뜨리는 일이 비일비재하게 일어난다. 유력 정치인들의 허위주장이 “대안적인 사실(alternative facts)”로 포장되기도 한다(Cooke, 2017; Farkas & Schou, 2018). 이러한 탈 사실 시대(post-factual age)에도 역설적으로 정치기사의 사실성은 정치지도자의 실언이나 왜곡, 조작으로 공동체가 오도(吾道)되는 것을 막아주는 저널리즘적 가치로 인정받는다.

형식적 중립성과 사실성의 관계에 있어선, 정치 보도가 형식적 중립성에 치우치면 사실성에 소홀해지기 쉽다. 형식적 중립성은 대립하는 두 정치적 주장의 시시비비를 가리기보다는 두 주장을 뉴스 지면에 기계적으로 균등하게 배분하는 데 더 치중하기 때문이다. 이러한 논의에 따르면, 형식적 중립성과 사실성은 정치기사의 특성을 구성하는 중요한 요소이므로 한·미 정치기사에 관한 사례 연구의 척도로 적합하다고 할 수 있다.

1) 성격

문재인 대통령의 의사-간호사 발언 관련 ‘한겨례’의 3개 정치기사는 ‘따옴표 저널리즘’에 충실했다. 2020년 9월 2일 최초 기사(<그림 11>)는 제목에서 「문 대통령」이라는 정치인을 썼고 이어 “의사 떠난 의료 현장 지키는 간호사에 감사와 존경”이라는 발언 내용을 직접 인용문으로 전했다. 부제에서도 “의료진이라고 표현되었지만 대부분이 간호사들”이라고 부각, 이라는 화자의 다른 말을 인용문으로 썼다. 이 기사는 대통령 발언 외에 다른 정보를 갖지 않았으며 출입처 발표를 그대로 전하는 발표기사에 해당했다.

〈그림 22〉 문재인 대통령의 ‘의사-간호사’ 발언을 보도한 한겨레 기사

문 대통령 “의사 떠난 의료 현장 지키는 간호사에 감사와 존경”



9월 3일 두 번째 기사는 제목에서 「문 대통령 ‘간호사 격려’ 싸고 여야 공방」이라고 썼다. 이어 부제에서 「국민의힘 “의사·간호사 갈라치기 경악” 민주 “선의에 화내는 격…뭐가 문제냐”」라고 야당의 공격 발언과 여당의 방어 발언을 나란히

게재했다. 이 기사도 여당과 야당의 발표만 전한 발표기사였다. 9월 4일 세 번째 기사는 제목을 「문 대통령 “의사들 헌신 덕 방역 성공…의료 공공성 강화할 것”」로 처리했고 부제를 「‘간호사만 격려’ SNS 논란 의식한 듯 “의사들에게 거듭 고맙다”」로 썼다. 정치인 취재원의 발언을 두 인용문으로 전달하면서 해석을 덧붙인, 첫 번째 기사와 같은 도식이었다. 이 기사도 대통령의 발표만 전했다.

〈그림 23〉 도널드 트럼프 미국 대통령의 ‘뉴욕 살인범죄 급증’ 발언을 검증한 뉴욕타임스 기사

Trump Says Crime Is Rampant in N.Y.C. Here Are the Facts.

At the Republican National Convention, the president and two other New Yorkers painted a dark picture of the city. The reality is more complex.



President Trump painted big-city crime as out of control at the Republican National Convention. Doug Mills/The New York Times

반면, 뉴욕 범죄 관련 ‘뉴욕타임스’의 8월 28일 기사(〈그림 12〉)는 따옴표 저널리즘에서 벗어났다. 제목에서 「트럼프는 범죄가 뉴욕에서 견잡을 수 없이 횡행한다고 말한다. 사실은 이렇다(Trump says crime is rampant in N. Y. C. Here are the facts.)」라고 쓰면서 정치인 화자(話者)의 발언 내용을 소개했다. ‘한겨레’ 와의 차이점은 “사실은 이렇다”라는 표현에서 나타난다. 대통령 발언의 사실 여부를 검증했다는 점도 보여준 것이다.

「공화당 전당대회에서 대통령과 다른 두 명의 뉴욕시민은 이 도시의 어두운 모습을 그렸다. 그 현실은 더 복잡하다(At the Republican National Convention, the president and two other New Yorkers painted a dark picture of the city. The reality is more complex)」라는 부제는 기사의 방점이 대통령 발언 검증에 있음을 더 분명히 해둔다. 따라서 이 기사는 주요 정치 출입처의 발표를 바탕으로 한 기획기사에 해당했다.

2) 취재원

‘한겨레’의 첫 번째 기사는 문재인 대통령이라는 출입처 취재원이 페이스북에 본인 명의로 적은 글을 인용했다. 이 페이스북 글은 이 기사의 거의 유일한 취재원이었다. 기사의 마지막 문장에서 문 대통령 글의 취지를 설명하는 출입처(청와대) 익명 취재원(관계자)의 증언을 담고 있었다. 세 번째 기사에선 대통령의 말을 청와대 대변인이 옮겨 전한 것이어서 실명 취재원이 대통령과 대변인이었지만 첫 번째 기사와 취재원이 거의 같다고 할 수 있다.

두 번째 기사는 대통령의 말을 공격하는 보수성향 제1야당(국민의힘) 국회의원 2명(윤희숙, 허은아)과 대통령을 방어하는 진보성향 여당(더불어민주당) 국회의원 2명(고민정, 우원식)을 실명 취재원으로 두었다. 기사에 실린 이들의 발언은 모두 이들의 페이스북 게시글이었다.

‘뉴욕타임스’의 기사는 언론에 공동으로 제공된 취재원들의 발언 외에 독자적으로 접촉한 취재원들의 발언을 제시했다. “올해 민주당 소속 시장의 뉴욕시에서 총기사건 등 살인사건이 늘었다”라는 트럼프 대통령의 공화당 전당대회 발언을 가장 먼저 인용했다. 이어 이 발언을 지지한 공화당 소속 루돌프 줄리아니 전 뉴욕시장과 패트릭 린치 뉴욕 경찰노조 위원장의 실명 발언을 직접인용문으로 소개했다.

곧이어 이 기사는 트럼프 대통령의 발언과 관련된 경찰 통계, 법원 통계, 뉴욕시 통계, 미국 내 다른 대도시들 통계, 존 제이 대학 범죄학과 분석결과를 제시했다. 빌 더블라지오 뉴욕시장의 실명 반박도 인용문으로 썼고, 뉴욕 경찰 취재원들의 익명 발언을 전했다. 이어 범죄학자들의 익명 발언들을 인용한 뒤 범죄학자 리처드 로젠펠드의 실명 발언을 썼다.

이 기사는 대통령의 발언을 검증하는 출입처 밖 9개 취재원 증언 및 통계를 제시했는데, 이는 출입처 취재원들의 발언을 소개만 하지 검증하지 않는 ‘한겨레’ 기사들과 구분됐다.

3) 서술

‘한겨레’ 기사들은 대통령과 여·야 의원 4명이 쓴 글을 요약·정리하는 데에 치중했다. 이에 따라 제목과 본문 대부분이 정치인 취재원의 직접인용문으로 구성됐다. 문 대통령 글은 의사 파업 등 현안과 연관되어 사회적 영향을 주는 시안이었지만, 기사들은 글에 대한 평가를 극도로 자제했다. 평가는 “~라며 방어벽을 쳤다”, “~라고 꼬집었다”, “~라고 반격했다”, “~라고 덧붙여 편 가르기 시비에 휘말렸다” 등 서술어를 변형하는 수준에 그쳤다. 정치 현안 발언들을 표피적으로 중계하는 수준에 머무른 것으로 평가된다.

반면, ‘뉴욕타임스’의 기사는 대통령의 발언을 전달하고 이 발언에 담긴 내용의 진실성을 검증하는 2단계로 돼 있었다. 대통령 등 3인의 증언은 “올해 민주당 소속 시장이 재임하는 뉴욕시에서 1000여 명이 총에 맞았고 이 중 300여 명이 사망했다”, “뉴욕시에서 지난해 같은 기간 대비 살인이 35% 포인트 늘었다”, “1살 된 아기가 유모차에서 총에 맞아 사망했다”,“(11월 대선과 관련해) 민주당이 뉴욕시를 통치하듯이 미국을 통치하게 해선 안 된다”라는 직접인용문으로 상세히 수록됐다. 이 인용문들은 민주당에 불리한 내용이었다.

이 발언을 검증한 결과는 이후 상세히 수록됐다. 이 서술을 통해 대통령 등 공화당 정치인들이 뉴욕시 살인범죄 건수를 틀리게 말하지 않은 점이 확인됐다. 그러나 민주당 출신 뉴욕시장 재임 후 그 전의 공화당 소속 시장 때보다 살인이 줄어든 점이 확인됐다. 올해 살인이 늘어난 원인으로 트럼프 행정부가 범죄혐의자 보석을 손쉽게 해준 점과 코로나19 확산으로 재소자 상당수를 석방해준 점이 발견됐다. 이 결과를 바탕으로 이 기사는 ‘대통령은 야당 시장이 통치하는 뉴욕에서 살인범죄가 급증했다고 말하지만, 현실은 더 복잡하다’라는 신중한 결론을 내렸다. 이는 취재의 의의와 한계를 있는 그대로 보여주는 태도로 비쳤다. 이 정치 보도는 정치인의 발언을 전하는 수준을 넘어 그 발언 내의 기초적 사실(살인 통계)과

맥락적 사실(이 통계가 나온 원인)까지 독자적으로 파악해 제시했다. 이렇게 규명한 것과 규명하지 못한 것을 보여줌으로써 이 기사는 ‘완벽하진 않지만, 신뢰가 가는 기사’가 됐다.

4) 심층성·독창성

‘한겨레’의 3개 정치기사는 보도자료와 다름없는 출입처 정치인들의 페이스북 게시물로 제목과 본문을 구성했다. 게시자 이외엔 실명 취재원이 거의 없었다. 3개 기사 중 2개는 취재원의 관점만을 제공했다. 나머지 기사도 여당과 야당의 관점 이외 제3의 관점을 제시하지 않았다. ‘취재에 특별히 노력을 기울여 심층적이고 차별화된 정보를 제공하고 있다’라고 여겨지지 않았다. 이 기사들은 심층성과 독창성을 갖고 있지 않았다.

‘뉴욕타임스’ 정치기사는 대통령과 그 지지자들의 공개 발언을 소개하고 검증하는 독자적 취재내용을 담았다. 이에 필요한 여러 실명 증언과 물증을 제시했다. 대통령의 관점과 야당의 관점뿐만 아니라 3자의 다양한 관점을 제공했다. 이를 위해 별도의 취재 노력을 기울였을 것으로 보이는 정황이 충분히 느껴졌다. 그러나 검증이 확실한 결론으로 이어지지 않은 점은 한계라고 할 수 있다. 이 ‘뉴욕타임스’ 정치기사는 어느 정도 심층성과 독창성을 가진 것으로 여겨졌다.

5) 형식적 중립성·사실성

‘한겨레’ 기사들은 대통령-여당, 야당 간 공방을 중계하는 형식적 중립성을 유지했다.

첫 번째 기사의 본문 9개 문장 중 7개 문장은 문 대통령 발언을 직접 인용했고 2개 문장은 문 대통령 발언의 의미를 설명하는 청와대 익명 취재원 발언을 인용했다. 두 번째 기사의 본문 8개 문장 중 6개 문장은 여야 의원 발언을 직접 인용했고 2개 문장은 여야 의원 발언을 요약했다. 세 번째 기사의 본문 6개 문장 중 대변인이 대통령 발언을 대신 전한 사실을 소개한 문장을 뺀 5개 문장은 문 대통령 발언을 직접 인용했다. 직접인용문으로 점철된 이러한 형식과 내용은 출입처 정치인들의

주장을 일방적으로 주입했다. 이런 점을 보면, 이 정치기사들은 따옴표 저널리즘과 형식적 중립성에 경도된 편이었다.

‘뉴욕타임스’ 기사는 그 내용과 구성에 있어 형식적 중립에서 탈피했다. 1115개 본문 단어 중 대통령의 발언에 배치되는 사실이 상당히 담겼다. 또 대통령의 발언과 야당 측 발언을 양적으로 균형되게 보도하는 점이 나타나지 않았다. 야당 발언 분량이 훨씬 적었다.

대신, 이 기사는 대통령 발언의 사실성 검증에 집중하면서 증거와 증언의 수집·제시에 주력했다. 그래서 궁극적으로 ‘뉴욕시장이 민주당 소속이라는 원인이 뉴욕 살인사건 증가라는 결과를 가져왔다’라는 대통령 주장의 사실성 여부를 입증하려고 노력했다. 이런 점에서 이 기사는 형식적 중립성보다는 사실성에 더 치중했다고 할 수 있다.

3. 경제정책 분야 기사 비교

이 장에선 국가의 여러 분야에 영향을 끼치는 중요 경제정책을 보도하는 데에 있어 한·미 언론기사 간 차이를 비교한다.

대체로 특정 정책을 우호적으로 보도하는 뉴스는 그 정책에 관한 우호적 여론의 형성에 도움을 주는 것으로 알려진다. 응답자들의 이념성향을 통제한 한 연구에 따르면, 트럼프 행정부의 엄격한 이민정책을 지지한 ‘폭스뉴스’의 기사에 노출된 응답자들은 이 기사를 접하지 않은 응답자들보다 이 정책을 더 좋아했다(Hoewe, Pecock, Kim, & Barnidge, 2020). 또, 특정 정책에 관한 뉴스 정서(news sentiment·여러 기사에서 나타나는 호불호 등의 느낌)는 특정 정책의 성패 및 경기 변동 가능성을 어느 정도 예측한다(Nguyen & Cava, 2020).

좋은 정책 기사는 해당 정책의 공익적 측면을 알려야 하고 위험 가능성을 경고해야 하며 이 정책에 관한 다양한 담론을 제공해야 한다. 여론의 지지를 얻어 정책을 성공시켜야 하는 정책결정권자(정부)나 정책으로부터 자신의 이익을 늘리고 손해를 줄여야 하는 정책소비자(국민) 모두에게 정책 관련 기사는 중요한 역할을 한다. 따라서 정책 기사는 한·미 기사 사례 연구 대상으로 적합하다고 할 수 있다.

정책 기사 사례 연구 대상으로는, 코로나19 확산 이후 경기 회복과 미래산업 개발에 170조 원 규모의 정책·민간금융을 투입하는 정부 정책을 보도한 5개 ‘한겨레’ 기사가 선정됐다. 2020년 9월 3일 발표된 이 정책은 코로나19 확산과 관련된 최대규모 경제대책이고 ‘한국판 뉴딜’이라는 이름까지 붙여진 정부의 간판 정책이다. 향후 산업, 금융, 민생, 사회, 정치 등의 분야에 영향을 주게 된다.

다른 한편으로, 미국 내 위챗(WeChat)과 틱톡(TikTok)의 사용을 전면적으로 중단한 미국 정부 정책을 보도한 6개 ‘뉴욕타임스’ 기사가 분석 대상이 됐다. 카카오톡과 유사한 문자메시지 서비스인 위챗과 동영상 공유 서비스인 틱톡은 13억 중국인과 상당수 미국인이 애용하는 국제적 소셜미디어다. 8월 6일 행정명령으로 발효된 이 정책은 미·중 대립을 증폭하는 정치·외교 효과를 내고 정보통신업계를 중심으로 미국경제에도 큰 영향을 주며 다수 미국인의 일상에도 영향을 주는 대형 국가정책이다.

한국판 뉴딜과 위챗·틱톡 중단은 경제정책이자 미래형 산업정책이라는 점, 정부의 결단으로 단행되는 국가적 정책이라는 점, 국민의 삶에 큰 파급효과를 내는 민생정책이라는 점을 공유한다. 이런 점을 참작해, 위챗·틱톡 중단 정책에 관한 ‘뉴욕타임스’ 기사들을 분석 대상으로 설정했다.

두 언론사 기사 간 비교를 위해 성격, 취재원, 서술, 심층성·독창성이라는 4개 척도를 사용했다.

1) 성격

‘한국판 뉴딜’ 정책에 관해 ‘한겨레’는 2개의 스트레이트 기사와 3개의 해설 기사로 보도했다. 9월 3일 스트레이트 기사는 「문 대통령, “한국판 뉴딜에 170조원 규모 정책, 민간금융 투자”」라는 제목을 통해 정책결정권자의 실명과 주요 정책 내용을 직접인용문으로 전했다. 같은 날 보도된 「5대 금융지주, 한국판 뉴딜에 70조 지원」이라는 제목의 스트레이트 기사는 후속 조치에 해당하는 금융지주의 대규모 지원계획을 직접 인용 형식으로 전했다. 다른 3개의 해설 기사(<그림 24>)는 각각 「정책형 뉴딜 펀드 20조 조성…인프라펀드 투자금엔 세제 혜택」, 「20조원 규모의 정책형 뉴딜 펀드 등 한국판 뉴딜 펀드 나온다」, 「정부·민간, 뉴딜 금융에

‘170조+α’ 지원이라는 제목으로 한국판 뉴딜 정책의 내용과 의미를 설명했다.

2개의 스트레이트 기사는 정부의 발표를 전달하는 데에 충실한 발표기사 성격이었다. 3개의 해설 기사도 정부 측 발표와 보도자료에 내용 대부분을 의존해 발표기사의 범위에서 벗어나지 않았다.

‘위챗·틱톡 금지’ 정책 발표를 처음 보도한 「트럼프는 중국과 날카로운 긴장 국면에서 위챗과 틱톡을 표적으로 삼는다(Trump targets WeChat and TikTok, in sharp escalation with China)」 제목의 8월 6일 ‘뉴욕타임스’ 기사는 앞부분에서 이 행정명령에 서명한 트럼프 대통령 및 스티븐 므누신 재무장관 등 행정부 관료들의 발언을 직접인용문으로 상세히 소개했다. 이점에선 한겨레 기사들과 유사했다. 그러나 이 기사는 중국 정부, 위챗, 틱톡의 반박 주장도 자세히 인용했고 이어 ‘미국 회사인 마이크로소프트의 틱톡 인수설’이 나오는 가운데 트럼프 대통령이 이런 갑작스러운 결정을 하게 되기까지 백악관 내부에서 진행된 의사결정과정을 독자적 취재로 보도했다. 전체적으로 이 기사는 발표기획기사 성격이었다.

〈그림 24〉 금융위원회 자료를 인용해 ‘한국판 뉴딜’ 정책을 보도한 한겨레 기사

정부·민간, 뉴딜금융에 ‘170조+α’ 지원



이 보도는 대통령을 공격하지도 않고 정부 발표에만 의존하지도 않는다. 정책 기사가 출입처 발표를 바탕으로 출입처 안팎 취재원들을 독자적으로 취재해 보도하면 기사의 가독성이 높아지고 정책에 대한 긍정적 여론의 형성에도 더 도움을 준다고 할 수 있다.

「트럼프는 틱톡과 위챗에 방망이를 휘두른다(Trump swings against TikTok, WeChat)」 제목의 8월 7일 기사는 첫 문장에서 “백악관의 이 조치에 관한 가장 정직한 설명은 이것이다. 하지만 나는 최선을 다해 보겠다(The most honest explanation for the White House's latest move is this: But I'll do the best I can)”라고 써서 정부 발표를 단순히 요약·정리하는 성격이 아님을 분명히 했다. 이러한 파격적 리드 문장은 국내의 정책 기사에선 거의 찾아보기 힘들다.

나머지 4개 기사도 이 정책이 미국 사회와 중국에 미칠 영향을 분석하는 기획기사 성격이었다. 기사의 성격에서 있어, ‘한겨례’ 기사들과 달리, ‘뉴욕타임스’ 기사들은 정책결정권자가 공식적으로 제공하는 정보에만 의존하지 않겠다는 독립된 위치에서 해당 정책을 소개하고 해석하고 재단한다는 점이 나타났다.

<그림 25> 독자적 그래픽과 취재 내용으로 ‘틱톡·위챗 중단’ 정책을 보도한 뉴욕타임스 기사



2) 취재원

‘한겨레’ 기사들의 취재원들은 한국판 뉴딜 정책의 결정·집행권자인 대통령, 청와대, 기획재정부, 금융위원회 등 정부 기관에 집중됐다. 이외, 정부 정책에 부응해 70조원을 지원하기로 한 5대 금융기관이 취재원으로 활용됐다. 이런 점을 보면, 이 기사들은 정부 출입처 취재원들의 발표에 거의 전적으로 의존했다고 할 수 있다.

세부적으로, 첫 번째 기사의 절반 이상 분량에 걸쳐 유일하게 활용된 취재원은 “문재인 대통령”이었다. 이외 이 기사에선 “강민석 청와대 대변인”, “정부”, “이낙연 더불어민주당 대표”가 등장했다. 「정책형 뉴딜 펀드 20조 조성」 제목의 해설 기사에서 전체 분량의 90%에 걸쳐 활용된 취재원은 “홍남기 기획재정부 장관”, “정부”, “은성수 금융위원장”이었다. 정부와 다른 관점은 강동익 조세재정연구원 부연구위원의 코멘트 등 세 문장에서만 소개됐다.

「한국판 뉴딜 펀드 나온다」 제목의 해설 기사도 분량의 대부분을 “홍남기 장관”과 “정부”라는 취재원에 의존했고 “강동익 부연구위원”을 유일한 비정부 취재원으로 활용했다. 「정부·민간, 뉴딜 금융에 ‘170조+a’ 지원」 제목의 해설 기사는 한 명의 실명·익명 취재원도 활용하지 않은 채 금융위원회 자료로만 작성됐다. 마지막으로, 「5대 금융지주, 한국판 뉴딜에 70조 지원」 제목의 기사는 KB금융, 하나금융, 우리금융, NH농협금융, 신한금융 등 해당 5대 금융기관의 보도자료를 토대로 작성됐다.

‘위챗·틱톡 중단’ 정책에 관한 ‘뉴욕타임스’ 기사들은 이 정책의 결정·집행권자인 정부 취재원들의 목소리를 상대적으로 훨씬 적게 다뤘다. 이 기사들은 분량의 20% 이내에서 정부 취재원에 할애했다. 나머지 분량은 비정부 취재원들의 긍정적·유보적·부정적 관점과 의견들을 보여주는 데에 활용됐다.

5개 ‘뉴욕타임스’ 기사마다 정부에 소속되지 않은 실명 취재원들이 5명 이상 활용됐다. 이 정책이 중국계 미국인 등 일반 시민들의 일상에 미치는 영향을 다룬 기사에선 실명 일반인 취재원들이 더 많이 제시됐다. 국내 신문 보도에서도 주요 정책에 관한 시민들의 반응이 가끔 보도됐지만 대체로 익명으로 처리됐다. 결론적으로, 정부 정책을 다룬 ‘뉴욕타임스’ 기사들도 우리의 출입처에 해당하는 정부 취재원에 의존하는 비중이 작았다고 할 수 있다.

3) 서술

‘한겨레’ 기사들은 대통령, 기획재정부 장관, 금융위원장의 공개 발언과 정부-금융기관 보도자료에 거의 의존했다. 기사의 그래픽 이미지(<그림 24>)까지 정부 자료에서 가져와 인용한 모습은 이 기사들의 정부 출입처 의존성을 단적으로 드러낸다. 정부·여당에 속하지 않은 취재원은 5개 기사에서 1명에 그쳤다. 정책수혜자(기업인·일반 시민)의 목소리는 전혀 기사에 반영되지 않았다. 정부 출입처는 자신의 홈페이지를 통해 한국판 뉴딜 정책을 국민에게 직접 알렸다. ‘한겨레’ 기사들은 이 원출처에서 진일보한 부가가치를 제공하지 않았다. 이 발표를 보도한 다른 매체 기사와도 차별화되지 않았다.

서술에 있어서, ‘한겨레’ 기사들은 정부 출입처 취재원들의 공개 발언과 보도자료를 이해하기 쉽게 기사체로 요약·정리하는 데에 치중했다. 이에 따라 본문 대부분은 출입처 취재원들의 발언을 인용한 직접인용문과 보도자료를 재정리한 설명으로 채워졌다. 170조 원의 국가적 자원이 투입되는 정책을 보도하면서 정부 출입처와 다른 관점은 기사당 0~3문장에 그쳤다.

이 5개 기사는 너무 정부 출입처 의존적이어서 이 정책에 관한 사회적 토론을 유발하기 힘들었다. 나아가, 이 기사들에선 콘텐츠의 빈곤이 느껴졌다. “한국판 뉴딜”, “정책형 뉴딜 펀드”, “민간금융”, “뉴딜금융”, “정책금융”, “정책투자”, “민간투자”, “민간뉴딜펀드”, “뉴딜인프라펀드”, “뉴딜 인프라투자”, “뉴딜 부문 금융회사 투자”, “5대 금융지주 지원” 등 표현만 조금씩 다른 유사한 키워드들이 제목과 본문 대부분에서 반복해 나타났다. 기사의 서술 방식은 대체로 ‘관료들의 행정문서 작성 스타일’과 유사했다.

보통 펀드는 언제 무슨 사업에 어느 정도 투자해 어떻게 수익을 낼 것인지가 정해진 뒤에 모금이 된다. 특히, 투자처가 명확히 드러난다. 그래야 거액을 투자하는 투자자들을 모집할 수 있기 때문이다. 그러나 한국판 뉴딜 관련 펀드는 투자처가 결정되지 않은 상태에서 발표됐다. 정부 발표가 이러한 한계를 갖다 보니, 이 발표로 내용 대부분을 채운 ‘한겨레’ 기사들도 추상적 전망과 동어반복을 자주 표현한 것으로 보인다. 결국, 국내 정책 기사에서 ‘출입처 발표와 기사의 동질화’ 양상은 기사의 형식과 내용 모두에 걸쳐 뚜렷하게 나타났다고 할 수 있다.

‘뉴욕타임스’ 기사들은 위챗·틱톡 금지 정책의 핵심만 전한 뒤 많은 분량을 할애해 이 정책이 외교, 경제, 민생에 미칠 영향을 집중적으로 다뤘다. 「트럼프는 중국과 날카로운 긴장 국면에서 위챗과 틱톡을 표적으로 삼는다(Trump targets WeChat and TikTok, in sharp escalation with China)」 제목의 8월 6일 기사, 「위챗과 틱톡에 대한 트럼프의 명령은 불분명하다. 그것이 핵심인지 모른다(Trump’s orders on WeChat and TikTok are uncertain. That may be the point)」 제목의 8월 7일 기사, 「틱톡과 위챗에 대한 트럼프의 공격은 인터넷을 부러뜨릴 수 있다(Trump’s attacks on TikTok and WeChat could further fracture the internet)」 제목의 8월 19일 기사, 「트럼프가 틱톡과 위챗에 방망이를 휘두른다(Trump swings against TikTok, WeChat)」 제목의 8월 7일 기사가 그 사례다.

나아가, 중국계 미국인과 중국 본토 거주 중국인들에게 주는 충격도 상세히 다뤘다. 「위챗을 겨냥하면서 트럼프는 중국과 세계를 잇는 다리를 공격한다 (Targeting WeChat, Trump takes aim at China’s bridge to the world)」 제목의 8월 7일 기사가 이에 해당한다. 이 기사들 안에서 다수의 일반인과 기업인, 전문가가 실명 취재원으로 등장했다.

정부 출입처 중심이 아닌 수용자 중심의 이러한 서술양식은 정부 정책과 대립적이지 않았다. 「틱톡은 잊어라. 중국의 최강 앱은 위챗이고 그 영향력은 광범위하다 (Forget TikTok. China’s powerhouse app is WeChat, and its power is sweeping)」 제목의 9월 4일 기사는 소셜미디어 이용자 사이에서 위챗이 활용되는 실상을 취재해 보도했다.

이 기사에서 “조안리(Joanne Li)”라는 미국에 거주하는 한 중국계 여성의 이야기는 “위챗이 소셜미디어지만 중국당국의 검열이 심하다. 미국과 캐나다의 정치지도자에 관한 근거 없는 소문들과 중국의 국익을 일방적으로 옹호하는 목소리들이 위챗을 통해 퍼져나갔다”라는 실태를 상세히 보여줬다. “그렇지만 문자메시지, 온라인 금융 등의 편리성 때문에 세계에 퍼져 있는 수많은 중국인은 오직 위챗만 사용할 수밖에 없다”라는 정황도 설득력 있게 제시했다.

트럼프 대통령은 ‘뉴욕타임스’를 “가짜뉴스 매체” “미국인의 적”이라고 비난한 적이 있는 등 트럼프 행정부와 ‘뉴욕타임스’는 갈등적 관계에 놓여 있다(김재중, 2020). 그러나 정책에 관한 수용자 기반의 생생한 실명 증언들을 담은 이 정책

기사는 정부 보도자료만 인용한 정책 기사보다 훨씬 가독성과 신뢰성이 높다. 이에 따라 이 기사는 트럼프 행정부의 위챗 금지 정책의 정당성을 강화하고 이 정책에 대한 여론의 지지를 높이는 데 이바지하는 것으로 비쳤다. 출입처를 벗어나 정책소비자인 일반 시민들의 이익과 목소리를 대변하는 기사는 정책결정권자에게도 도움이 될 수 있다는 점을 보여준다.

4) 심층성·독창성

‘한겨레’의 정책 기사들은 정부 출입처 이외 취재원의 활용과 다양한 관점과 담론의 제시에 미흡했다. 따라서 이 기사들에서 심층성과 독창성을 발견하기 어려웠다.

‘뉴욕타임스’의 정책 기사들은 정부 측 공개 발언과 보도자료를 “필요 최소한으로만” 인용하려는 경향성을 보였다. 이어 남는 지면에서 정책소비자들의 처지에서 정책 효과를 타진하는 다량의 실명 증언들과 관점들을 소개했다. 타매체와 차별화된 보도내용을 구성하기 위해 정부 출입처로부터 독립된 독자적 취재 노력을 기울였을 것으로 보이는 정황이 느껴졌다. 이를 통해 뉴욕타임스의 정책 기사들은 정책결정권자의 입장보다는 정책소비자의 이익관점에서 정책에 접근하는 경향성과 함께 어느 정도 심층성과 독창성을 드러냈다.

4. 소결

코로나 19 이후 대학가 소식을 다룬 ‘한겨레’ 기사와 ‘뉴욕타임스’ 기사를 사례 연구한 결과, 두 기사는 성격, 취재원, 서술, 그리고 심층성·독창성 측면에서 뚜렷한 차이를 보였다. 이러한 차이는 주로 ‘한겨레’ 기사의 출입처 의존 취재로 인해 발생했다.

‘한겨레’ 기사는 출입처·기관·대학·행정을 우위에 뒀지만, ‘뉴욕타임스’ 기사는 수용자·시민·대학생·사적 경험에 중점을 뒀다. 수용자의 삶의 관심사를 반영해야 하는 것은 저널리즘의 중요한 기능인데, 뉴욕타임스 기사는 한겨레 기사보다

이런 기능을 훨씬 적극적으로 수행했다.

서술에서도, ‘한겨레’ 기사는 출입처의 보도자료를 참고한 뒤 홍보담당자를 상대로 추가 취재해 기사를 내보내는 출입처 기사 작성 패턴을 추종했다. 그러나 보니 취재 노력이 적었고 행정적이고 지엽적인 보도자료 정보로 기사 분량을 채우는 정보적 서술 양상을 보였다. 반면, ‘뉴욕타임스’ 기사는 상류층 대학생과 저소득층 대학생을 섭외해 카메라 앞에 세우는 취재 노력을 보였다. 또, 주제를 지지하는 굴곡 있는 스토리로 독자의 몰입을 유도하는 이야기적 서술 양상을 보였다. 심층성과 독창성에서 ‘뉴욕타임스’ 기사는 ‘한겨레’ 기사를 압도했으며, 어떤 것도 모방하지 않은 독자적 정보로 매체의 가치를 고양했다.

이렇게 교육 분야 한·미 기사를 비교한 결과는 출입처 중심 취재가 기사 텍스트의 품질을 떨어뜨리고 뉴스 소비자에게 어필하는 매력을 감소시킬 가능성성이 있다는 점을 시사한다. 분석 대상 국내 기사는 등록금 일부 반환이라는 대학생 수용자와 직결된 중요한 사안을 보도할 때조차 출입처인 대학본부의 발표에만 의존했고 수용자의 목소리나 관점을 반영하지 않는 양상을 보였다. 기사에서 출입처가 주인공이 되고 수용자가 배제된다고 할 수 있다.

정치기사 사례 연구에서도 비슷한 양상이 나타났다. 성격, 취재원, 서술, 심층성·독창성, 그리고 형식적 중립성·사실성 측면에서 ‘한겨레’와 ‘뉴욕타임스’의 정치기사 간 차이점이 나타났다. ‘한겨레’ 정치기사는 정치 분야 출입처 취재원들의 공개 글·발언에 의존해 이 내용을 옮기는 데에 주력하는 ‘파워포지셔닝’ 경향성을 보였다. 또, 여야 정치인들의 충돌하는 발언을 기계적으로 이등분해 중계하는 ‘형식적 중립주의’를 취했다. 대신, ‘뉴욕타임스’ 정치기사에서는 유력 정치인 발언의 소개와 검증, 다수 비정치권 취재원 활용, 다양한 물증과 증언의 제시가 확인됐다. 이 기사는 이를 통해 형식적 중립성에서 탈피해 사실성의 구현으로 나아갔다.

이러한 분석결과는 국내 언론의 출입처 의존 보도가 취재 분야에 상관없이 거의 패턴화되어 있다는 점을 시사한다. 물론, 정치인들의 모든 발언을 검증하고 해부할 필요는 없다. 그러나 정치인들의 발언은 공동체의 향배에 큰 영향을 주는 만큼 발언 내용의 진위를 추적하는 사실 보도가 특히 자주 요구된다. 출입처에 상주하면서 발언하면 받아쓰고 정쟁하면 중계하는 것으로 언론 업무를 다했다는

식의 정치 보도는 재고할 필요가 있다고 할 수 있다.

이번 정치기사 사례 비교는 따옴표 저널리즘과 기계적 중립주의의 타성에 물든 국내 정치 보도의 민낯을 드러낸다. 국내 독자들은 매일 쏟아지는 정치기사들이 분석된 기사들과 유사한 형태를 보인다는 점을 경험적으로 알고 있다. 1000명이 넘는 정치부 기자들이 국회와 같은 출입처에서 최소의 취재 노동을 들여 서로 비슷한 내용의 값싼 정치기사들을 찍어내는 소위 ‘출입처 기사 제조 공정’이 작동하기 때문이다.

분석결과에 따르면, ‘뉴욕타임스’의 정치인 발언 검증은 ‘한겨레’의 정치인 발언 중계보다 시민의 이익에 더 이바지하고 독자의 구독 욕구도 높인다고 할 수 있다. 출입처 상주 관행으로 인해 국내 기자들은 출입처에 의존해 기사를 너무 쉽게 취재하고 너무 쉽게 쓰는 것으로 비친다. 기사는 점점 도식화되고 콘텐츠가 빈약해지고 독창성이 떨어진다. 무엇보다 기사에서 ‘출입처’와 ‘행정적 표현’만 넘치고 ‘사람 냄새’가 사라진다. 시민의 목소리가 배제되고 뉴스 소비자의 삶의 현장이 도외시된다. 미국 뉴스와 비교할 때 한국 뉴스는 독립된 언론이 만드는 뉴스라기보다는 보도자료라는 관료적 행정문서의 요약본 정도로 비칠지도 모른다. 뉴스의 국제 경쟁력에 대해 심각한 우려가 나올 수 있다.

경제정책 기사에서도, 분석된 ‘한겨레’ 기사들의 취재원은 한국판 뉴딜 정책의 결정권자인 대통령, 청와대, 기획재정부, 금융위원회 등 정부 출입처로 집중됐다. 이 기사들은 정부 출입처 취재원의 발표에 거의 전적으로 의존했다. 그러다 보니 국가자원 170조 원이 투입되는 정책을 정부 시각만 담아 보도했다.

반면, ‘뉴욕타임스’의 경제정책 기사들은 출입처에 해당하는 백악관과 재무부의 정책 발표 내용을 ‘필요 최소한으로만’ 인용하는 경향성을 보였다. 남는 지면엔 정부 내 의사결정과정을 독자적으로 취재한 내용, 정책소비자의 처지와 이해관계를 대거 반영한 시민-경제인-전문가들의 실명 증언들을 대거 반영했다. 이러한 탈(脫) 출입처 기사들은 보도자료 의존 기사보다 오히려 정부 정책에 대한 여론의 지지를 높이는 데 더 도움을 주는 것처럼 보였다. 언론이 출입처에서 나와 정책소비자의 앵글로 정책을 보도하는 것이 뉴스의 상품성과 정책의 정당성을 동시에 높였다.

디지털 융합시대 수용자는 자신을 뉴스의 중심에 세우려는 뚜렷한 경향성을 보인다. 이 보고서의 사례 연구에 따르면, 국내 언론이 출입처 중심 취재 관행을

유지하는 한, 수용자를 섭외해 취재하는 것이 어려운 일이고 수용자에 밀착된 보도를 하는 것도 불가능하다. 반면, ‘뉴욕타임스’는 출입처를 배제함으로써 비로소 고급 취재 보도 기준을 충족했다.

국내 기자 대부분은 업무상 과로에 시달리는 것으로 알려진다. 그렇지만 뉴스는 시장에서 외면받고 언론에 대한 사회적 존경심도 사라진다. 저널리즘의 위기는 어느 때보다 심각하다. 많은 노동량을 투여하는데도 상품이 신통치 않다면 결국 상품의 생산 과정에 문제가 있다는 이야기가 된다. 출입처 관행과 같은 뉴스 생산 과정의 재조정이 필요해 보인다. 출입처가 제공하는 내용으로 기사 분량 대부분을 채우는 방식은 국내에선 관행이지만 이미 저널리즘의 궤도에서 한참 벗어난 것인지 모른다. 이런 기사 생산 방식으로는 “수용자의 관심사와 이익만을 반영한다”라는 저널리즘의 본질을 도저히 구현할 수 없기 때문이다.

이 사례 연구는 더 많은 사례와 추가 연구를 통해 보강될 필요가 있지만, ‘출입처 저널리즘’을 고수하는 국내 언론기사의 문제점을 어느 정도 드러내고 있다.

IV. 종합 분석과 대안

1. 종합 분석

출입처 제도는 한국에서만 거의 유일하게 운영되는 언론 제도다. 출입처 현장에서는 과거의 기자단 폐해가 완화되거나 해체되는 흐름이 있다. 디지털 환경은 출입처와 기자단 업무 관계를 변화시키고 있다. 그러나 여전히 출입처 제도는 언론의 일상을 지배한다. 최근에는 이 제도에서 벗어나야 한다는 반성이 언론계 일부에서도 나오고 있다.

이 연구는 크게 △언론사의 출입처 의존 현황 △출입처 운영 실태 △출입처 중심 취재의 장점과 문제점 △결과물로서의 보도내용 등을 체계적으로 분석했다. 이를 위해 △주요 언론사 내부 편제 탐구 △국내 언론인 다이어리 인터뷰 △해외 언론인 심층 인터뷰 △국내외 언론 보도 내용분석 등을 수행했다.

언론사 내부 편제를 확인한 결과, 중앙일간지, 경제일간지, 지상파 방송사 등 국내 주요 언론사의 출입처 의존 경향성은 상당히 심한 편이었다. 구체적으로, 한 중앙일간지 편집국 취재기자의 67.2%는 출입처를 중심으로 취재하고 있었다. 보도업무의 틀을 잡아나가야 하는 경력 5년 이하 기자는 무려 91.3%가 출입처를 맡고 있었다. 한 지상파 방송사도 고정 출입처를 갖는 기자의 비중이 70.4%에 달했고, 한 경제일간지도 편집국 취재기자의 81.7%가 고정 출입처를 갖고 있었다.

언론사는 행정기관, 국회, 기업을 핵심 출입처로 지정해두는 편이었으며, 검찰·법원·경찰을 가장 중요한 출입처로 여겼다. 또한, 한 명의 기자가 여러 개의 출입처를 중첩적으로 맡아서 기자 간 ‘출입처 백업’이 빈번하게 이뤄지고 있었다. 언론사

규모가 클수록 출입처 배치 인력이 많아진다는 점도 발견됐다.

반면, 로이터, 가디언, 뉴욕타임스 등 규모가 큰 해외 언론사는 보도의 다양성, 심층성, 수용자 중심성 등을 확보하기 위해 대다수 소속 기자에게 출입처를 배정하지 않는 경향성을 보였다. 가디언의 경우, 전체 기자 500여 명의 10%인 50여 명만이 우리의 출입처에 해당하는 전담 분야를 갖고 있었다.

기자들에게 자신의 3일간 업무행적을 기록하게 하는 다이어리 인터뷰를 진행한 결과, 출입처 운영 실태와 관련해, 대다수 취재기자는 출입처에서 업무 시간 대부분을 보내면서 보도자료 등 출입처 발표자료로 주로 기사를 기획 및 취재한다는 점이 발견됐다.

그러나 정작 기자들은 출입처 내부 취재를 제한받아 출입처 취재원의 소셜미디어 게시물 등에 대한 디지털 순회 취재로 대체하고 있었다. 또한, 같은 출입처 담당 기자들의 정보교환 모임인 ‘꾸미’ 등을 통한 보도의 동질화가 나타났다. 이로 인해 어떤 사안이 여러 매체에 같은 내용으로 너무 많이 보도되는 ‘뉴스 흥수’와 다른 어떤 사안이 전혀 보도되지 않는 ‘뉴스 사막’이 발생하고 있었다.

이렇게, 이 연구는 언론사의 출입처 의존 현황과 운영 실태를 비교적 객관적으로 그리고 체계적으로 제시하고 있다.

언론사들은 출입처 중심 취재에 몇 가지 장점이 있다고 여기고 있었다. 기자들을 대상으로 심층 인터뷰를 진행한 결과, 기자 당 하루 3건 정도 다양한 기사를 생산한다는 점, 온라인 기사 상시 마감으로 디지털 환경에 대응한다는 점, 검찰 등 일부 출입처에서 나오는 정보를 먼저 배타적으로 확보한다는 점, 출입 기자단에 가입됨으로써 매체의 평판을 높인다는 점이 출입처의 장점으로 분석됐다.

반면, 출입처 중심 취재는 저널리즘의 구현과 관련해 심각한 문제점을 낳는 것으로 조사됐다. 가장 큰 문제는 기사 품질 저하였다. 인터뷰에 응한 기자들은 “‘보도자료 등 출입처의 발표에만 거의 의존한 빈약하고 획일화된 기사’가 너무 많이 생산되고 있다”라고 했다. 또, 보도 대부분은 행정기관, 정치권, 기업 출입처의 입장만 전적으로 반영하고 이 행정·정치·경영에 의해 영향받는 시민들의 목소리를 외면했다.

‘출입처 제도가 한국 저널리즘을 황폐화할 수 있다’라는 점은 출입처 제도에서 거의 탈피한 해외 언론인들의 증언을 통해서도 확인됐다. 해외 언론인들은 “정부 보도자료를 중심으로 기사를 쓰는 일은 없다”, “기자들은 독립적이고 독창적으로

기획하고 취재하는 경험을 쌓아야 한다”, “특정 담당 없이 한 도시나 한 분야에서 벌어지는 모든 일을 취재 대상으로 해야 한다”, “교육 담당 기자는 교육부가 아니라 학생들, 학부모들, 교사들과 상대해야 한다”, “출입처가 아니라 아이디어를 중심으로 기사를 써야 한다”라고 말했다.

해외 주요 언론사는 좋은 기사를 쓰는 경쟁을 거쳐 소수의 기자에게만 정치 등 전문 분야를 배정했으며, 이런 전문 기자들도 특정한 출입처에 상주하거나 의존하지 않았다. 뉴욕타임스 기자는 출입처 기자실에 있는 한국 기자들을 “세입자”에 비유했다. 가디언 기자는 “정부 건물 안에서 취재하다 보면 그 거품에 갇혀 버릴 것”이라고 했다. 아사히 기자는 “일본에도 출입처 제도가 있지만, 한국 기자들처럼 출입처 자료에 의존하지 않는다. 보도자료를 ‘복불’ 한 것과 진배없는 한국 기사를 보고 놀랐다”라고 했다.

교육, 정치, 경제정책 분야를 다룬 국내 중앙지 기사들과 뉴욕타임스 기사들을 질적으로 분석한 결과, 출입처 제도의 결과물로서의 국내 기사들은 대체로 품질 면에서 우려할만한 상태였다.

분석된 국내 중앙지 기사들은 출입처의 발표자료 및 증언에만 의존했고 해당 분야 시민들의 목소리와 관심사를 거의 반영하지 않았다. 취재 노력이 절대적으로 적었고 보도자료로 내용 대부분을 채우는 정보적 서술에 치중하면서 독창성, 심층성, 흥미성이 상대적으로 미흡했다. 두 출입처가 대립하는 이슈에선 두 출입처의 발표를 기계적으로 중계하는 데 그쳤다.

반면, 뉴욕타임스 기사들은 정부 발표에 영향을 받는 시민들의 굴곡 있는 스토리로 독자의 몰입을 유도하는 이야기적 서술 양상을 드러냈다. 어떤 것도 모방하지 않는 독자적 정보로 매체의 가치를 높였다. 또, 정부 발표를 소개하는 분량을 줄이는 대신 이 발표의 사실성을 검증하는 분량을 대폭 늘렸다.

대체로, 뉴욕타임스 기사들은 ‘시민의 이익과 관심사를 보도의 최우선 가치로 두라’라는 저널리즘의 원리에 더 충실했던 편이었다. 나아가, 이야기적 서술, 많은 수의 실명 취재원, 다양한 관점, 수사(搜查)기법이 연상되는 검증 노력이 가독성과 상품성을 더 높였다.

분석 대상 중앙일간지 교육 기사와 관련해, 두 명의 교육 담당 기자는 종이 지면 기사 외에 이 신문사 홈페이지 교육 섹션에 매일 여러 건의 기사를 쓰고

있었다. 이들은 교육부, 시·도 교육청, 대학본부 등 출입처 보도자료로 이 많은 기사를 생산했다. 그렇다 보니 출입처 밖의 다른 취재원들을 충분히 접촉할 시간이 없어서 전반적으로 기사 내용이 빈약해졌다. 디지털 시대에 출입처 시스템은 이렇게 획일적인 온라인용 기사의 양산과 긴밀히 연결됐다.

뉴욕타임스는 교육 담당 자사 기자들과 외부 프리랜서 기자들이 쓰는 기사로 교육 섹션을 운영했다. 이 기자들은 교육부, 뉴욕시 같은 특정 출입처를 전혀 중시하지 않았고 보도자료에도 거의 의존하지 않았다. 기자당 매일 여러 개의 출입처 발 기사를 신는 일도 없었다. 대신, 기자들은 코로나19 사태로 풍비박산이 난 미국 초·중·고·대학의 교육 소비자들의 삶의 현장에 깊이 있게 파고들었다. 실명과 얼굴을 드러내고 인터뷰해 줄 시민들을 섭외해 기사에 드러냈다.

이에 따르면, 기사를 쓰는 주체가 자사 기자라고 해서 기사의 품질이 확보되진 않았다. 출입처에 의존하지 않는 취재시스템과 수용자를 중심에 두는 기사 제작 원칙이 고품질 기사를 만들었다고 할 수 있다. 결국, 출입처를 배제함으로써 해외 언론은 비로소 고급 취재 보도 기준을 충족했다.

이러한 뉴스 내용 분석결과에 따르면, 출입처 중심 취재는 기사 내 출입처 자료 비중을 높여 획일화된 기사를 양산하고, 저널리즘의 실천을 저해하며, 심지어 뉴스 소비자에게 어필하는 상업적 매력까지 크게 떨어뜨렸다.

국내 언론이 출입처 중심 취재 관행을 유지하는 한, 수용자에 밀착된 보도를 하는 것은 불가능하다. 한국 언론의 출입처 의존은 언론-취재원 간의 연결을 도왔는지 몰라도 언론-시민 간 연결에는 악영향을 끼쳤다. 한국 언론은 자신이 봉사해야 하는 유일한 대상인 시민과의 연결을 잃어버림으로써 위기에 빠졌고 새로운 길을 모색해야 하는 상황에 직면했다. 언어가 달라서 직관적으로 비교되지 않아서 그렇지, 한국 언론의 출입처 발 보도는 뉴스의 국제 경쟁력을 거의 상실한 느낌마저 든다. 대체로 기사의 독창성과 심층성, 흥미성 측면에서 미국·영국 주요 언론사 보도와 현저한 차이를 보였다.

다양한 형태의 콘텐츠와 치열하게 경쟁해야 하는 디지털융합 시대, 한국 저널리즘은 전대미문의 위기에 직면해 있다. 수요자로부터 신뢰와 존경을 잃고 있다. 뉴스의 윤리적 사명과 상품적 가치를 제대로 구현하지 못한다는 평을 듣는다.

낡은 출입처 제도가 이러한 위기의 구조적 원인일 수 있다는 각성과 새로운 길을 모색하는 도전이 필요하다.

2. 대안

출입처 관행은 한국 언론의 수준을 전반적으로 악화시킬 우려가 크다. 이제는 ‘뉴스 품질 향상’ 차원에서 개별 언론사를 중심으로 출입처 제도 전반을 재점검해야 하는 시기가 도래했다. 즉 출입처 관행과 같은 뉴스 생산 과정의 재조정이 필요해 보인다. 현재의 기사 생산 방식으로는 “수용자의 관심사와 이익을 반영한다”라는 저널리즘의 본질을 도저히 구현할 수 없기 때문이다.

1) 언론사 차원

해외 언론의 뉴스룸 편제 및 채용·훈련의 공통점은 입사 3~5년 차 때까지는 광범위한 영역에서 다양한 이슈를 폭넓게 취재하도록 한다는 점에 있다. 반면 한국 언론은 입사 후 6개월 안팎의 수습 기간을 거친 뒤 곧바로 출입처에 배치한다. 그 이후에는 별도의 훈련·교육을 제공하지 않는다.

영국과 미국 언론은 연차 구분 없이 소수에게만 출입처를 부여한다. 나머지 기자들은 모두 제너럴 리포터로서 다양한 영역에서 독창적인 기사를 취재한다. 일본 언론은 입사와 동시에 기자들을 3~5년 동안 지방 지사에서 일하게 한다. 이 동안 기자들은 해당 지역의 모든 이슈와 영역을 취재한다.

이를 벤치마킹하자면, 근본적으로 중앙언론사를 비롯한 국내 언론사는 출입처에 지나치게 의존하는 뉴스룸 내부의 집단의식을 바꿔야 할 것으로 보인다. 생각이 바뀌지 않으면 아무것도 달라지지 않는다. ‘법조, 산업, 정치 같은 주요 출입처를 섭렵한 경력을 뉴스룸 내 요직 인선 시 우대하는 관행’이 있다면, 이러한 관행도 혁파해야 한다. 출입처 발표에 의존하는 기사가 신문사·방송사의 경쟁력을 잃어먹는다는 점을 인지해야 한다.

조사 결과, 현재 기자들의 노동량이 적지 않았다. 매일 보도자료를 토대로 3건 정도의 기사를 출고하게 하는 출입처 기반 제작방식을 그대로 두면서 추가로 기자들에게 양질의 단독 기사까지 쓰라고 요구하는 것은 무리다. 업무 재조정으로 기자 인력을 독자적인 고급기사나 시민의 삶에 밀착한 기사 취재에 돌려야 한다. 그렇다고 온라인 기사를 언론사 홈페이지에 계속 업데이트해줘야 하는 디지털

환경을 도외시할 수도 없다.

결국, 상당수 기자를 출입처에서 빼내면서도 기사 출고량을 현 수준으로 유지하는 것이 중요하다. ‘이것이 가능하겠는가?’ 하는 회의가 들 수 있지만, 가디언을 비롯한 영국 언론은 이와 관련된 하나의 해법을 제공한다. 즉, ‘통신사 기사를 적극적으로 활용한다’라는 점이다.

자사의 수많은 기자를 출입처에 보내 통신사 기사와 똑같은 기사를 쓰게 하는 대신, 자사 기자들을 조금 더 창의적인 일에 투입하는 방식이다. 출입처 보도자료가 아닌 통신사 기사를 계기로 삼아 같은 주제로 해당 통신사 기사보다 더 심층적인 기사를 쓰는 것이다. 예를 들어, 통신사 기사가 어떤 정책에 관해 보도한다면, 자사 기자가 쓰는 기사는 이 통신사 기사에는 없는 ‘이 정책에 영향받는 사람들의 현장 목소리’를 담는다.

출입처의 발표를 재빨리 기사화해 온라인에 올리는 일은 당분간 필요할 수 있다. 로이터는 이런 단순 기사 제작을 전담하는 저임금 인력을 운용한다. 대신 다수 기자는 온라인용 기사 제작의 짐에서 해방되어 고급기사의 취재에 나선다. 한국 언론사도 참고할만한 대목이다. 이것은 취재 인력의 최적화이며, 전체적으로 미디어산업의 고용을 증대시킨다.

대형 언론사는 출입처에 많은 인력을 배치하는 관행을 개선해야 한다. 이들이 출입처 혁파를 선도해야 전체 언론계 문화가 바뀐다. 대형 언론사는 영미권 유수 언론사가 자사 기자 인력의 10% 정도에만 출입처를 부여한다는 점에 유의할 필요가 있다. 언론사 브랜드에 맞는 고품질 기사를 쓰는 데 더 집중해야 한다. 보도자료 의존 기사를 과감히 줄여야 가능하다.

각론적으로, 언론사는 경력 1~3년의 초임 기자들을 출입처에서 떼어내 이들이 다양한 영역에서 독자적이고 심층적인 기사를 취재할 수 있도록 할 필요도 있다. 소위 ‘일반 기자’로 두는 것이다. 뉴욕시 전체를 커버하는 뉴욕타임스의 제너럴 리포터들이 자신의 기획기사를 지면에 올리기 위해 편집국 내에서 치열하게 홍보한다는 점을 유심히 볼 필요가 있다. 기자 생활을 시작하는 초임 기자들에게 동기부여가 되기도 한다. 초임 기자 5명의 기획·취재·제작을 실력 있는 중견 기자 1명이 멘토링 해 줄 수 있다. 이를 통해 초임 기자들은 ‘발로 뛴 좋은 기사’를 만드는 역량을 자연스럽게 교육받고 훈련하게 된다. 현재의 수습 기간 6개월은 기자 직무교육

측면에서 너무 짧다. 영미권 언론인들은 “한 명의 뛰어난 취재기자를 기르는 데엔 적어도 몇 년의 시간이 필요하다”라고 말한다.

현재 거의 모든 중앙언론사는 수습 기간이 끝난 신입 기자들을 출입처에 배치한다. 상당수 언론사는 이러한 시스템을 갑자기 포기할 때의 부작용을 우려한다. 이런 점을 보완하기 위해 출입처 취재의 역기능을 억제하면서 순기능을 살리는 소위 ‘하이브리드 형 출입처 시스템’을 과도기적으로 운영할 수도 있다. 신입 기자에게 복수의 출입처를 맡기되 상주하지 않고 해당 분야에 대한 독자적 취재를하도록 재량권을 주는 것이다.

출입처는 기자가 만나는 여러 취재원 중 하나로 비중이 축소된다. 이때 출입처는 기획기사 발제의 원천이 되고 취재 인맥을 넓히는 근간이 되며 전문성을 개발하는 토대가 된다. 다른 한편으로 신입 기자는 출입처 보도자료 기사를 쓰는 의무에 얹매이지 않음으로써 자율성을 누릴 수 있다.

뉴스룸에 ‘기획취재부’ 같은 조직을 만들어, 3년 이하 기자들을 배치할 수 있다. 기획기사는 특종이고 특종만 우대해야 한다는 편견에서 벗어나야 한다. 특종이 아니라도 독창적 기사는 큰 상품성을 갖는다. ‘기획취재’는 장기간 탐사취재를 벌인다는 뜻이 아니라, 다양한 이슈를 여러 방면으로 취재한다는 의미다. 소속된 기자들은 개인 또는 소규모 그룹별로 기사를 취재할 수도 있고, 발생 이슈와 관련해 시민의 일상 영역에 접근할 수도 있다. 현재 많은 국민이 코로나19 사태로 고통받고 있지만, 중앙언론사 보도엔 국민의 삶에 밀착된 뉴스가 드물다. 비대면 수업은 대학본부의 보도자료를 요약한 기사로 다룰 뿐이고 정작 수십만 대학생 속으로 들어가 이런 수업으로 어떤 문제를 겪는지 취재하지 않는다. 출입처에서 자유로운 기자들은 다른 부서의 기자들과 단기 프로젝트성 팀을 이뤄 협업할 수도 있다.

출입처 관행을 편하게 여기는 한국 언론의 특성상, 지금 당장 모든 출입처를 혁파하는 것은 힘들 것이다. 그러나, 출입처를 담당하는 모든 기자를 4~10년 차 이상 기자들로 교체하는 것은 가능할 것이다. 이때 출입처를 세분하는 대신, 비슷한 분야의 출입처들을 묶어 ‘광역 기자’ 방식으로 운용할 필요가 있다. 이렇게 신입 기자들을 일반 기자로 편제하고 중간 연차 기자들을 광역 기자로 둔다면, 출입처 보도자료에 의존하는 기사가 지면과 방송에서 많이 줄어들 것이다. 다양한 출입처 정보에 기초해 독자적인 기사를 쓸 여지도 생긴다.

소수의 기자에게 여러 출입처를 할당하려면, 두 가지 전제가 필요하다. 첫째, 중견 기자 가운데 취재·보도 능력을 갖춘 기자들이 존재해야 한다. 둘째, 광역 기자에게 다량의 획일화된 기사 대신 소수의 고급기사를 생산하도록 해야 한다. 이런 ‘유능한 중간 기자’는 영미권 비트 리포터와 스페셜리포터 구실을 할 수 있을 것이다. 중견급 이상 기자들의 역량 배가도 절실하다.

2) 언론 환경 및 제도 차원

현재 상당수 출입처는 기자들에게 제공하는 보도자료를 거의 실시간으로 자신의 홈페이지에 게재한다. 자세한 내용을 알고 싶어 하는 시민들의 처지에선 보도자료를 요약한 기사를 보는 것보다 보도자료 원문을 보는 것이 더 나을 수도 있다.

출입처가 언론 보도의 매개 없이 소셜미디어에 게시물을 올리거나 홈페이지에 보도자료를 올리는 방식은 앞으로 더 활성화될 필요가 있다. 출입처와 시민 간 직접 소통이 많을수록 언론사의 출입처 의존이 약화할 수 있다.

기자들의 증언을 분석한 결과, 국내의 수많은 출입처 중에서 법조·경찰 출입처는 ‘출입처 중심 취재를 유지해야 하는 매우 강력한 동기’를 언론사에 제공하고 있었다. 일부 신생 매체 기자의 진술에 따르면, 비일관적이고 비합리적인 방식으로 법조·경찰 출입처 기자단 추가 등록이 결정되는 모습도 나타났다. 결국, 이 법조·경찰 출입처 운영방식이 출입처 제도 전체를 지속하도록 하는 양상을 보였다. 따라서 이 두 출입처 운영을 개선하지 않고는 전체 출입처 문제가 한 걸음도 앞으로 나아가지 못하는 상황이다.

삼성과 같은 기업도 과거엔 보안 등을 이유로 기자실을 배타적으로 운영했다. 그러나 거의 모든 언론사에 개방하는 형태로 바뀐 뒤로 특별히 해당 기업이나 언론인들에 불편을 주는 부작용이 나타나지 않았다. 이 보고서는 이런 점을 참고해 법조·경찰 출입처 운영방식도 획기적으로, 될 수 있는 한 개방형으로 개선될 필요가 있다는 점을 권고한다.

개별 사건의 사실 여부를 떠나 법조 출입처와 관련해 ‘검·언 유착 의혹’ 등 여러 사회적 쟁점이 발생해 언론계 전체의 신뢰도가 저하된 것도 사실이다. 검찰, 법원, 경찰로부터의 정보 획득이 아무리 중요하다고 하더라도 그것이 뉴스의 공정

성·신뢰성 회복보다 더 중요할 수는 없다. 국민의 알 권리 충족이 반드시 현행 법조·경찰 출입처 제도를 통해서만 가능한가에 관해선 다른 견해가 있을 수 있다. 출입처 발 보도가 전반적으로 정보시장에서 경쟁력을 잃고 있으므로 개혁이 필요하다. 여기엔 상당수가 공감한다. 이젠, 법조·경찰 출입처를 그대로 둔 채로는 이런 개혁이 무의미하다는 점에 대한 구성원들의 공감대가 필요하다. 이러한 바탕 위에서 합리적인 대안이 나올 수 있을 것이다.

한국 언론의 모든 문제가 포털의 잘못인 것은 아니지만, 받아쓰기 속보 중심의 뉴스 생산 관행이 한국에서 지배적으로 나타난 배경에는 ‘한국적 포털’이 있는 것도 사실이다. 출입처 속보 중심의 뉴스 환경을 개선하려면 포털 중심의 뉴스 유통 환경에 대한 개선도 필요하다. 포털이 ‘출입처 발표를 재빨리 베낀 기사’를 중요한 위치에 걸어주니까 언론사들이 이러한 온라인 기사를 양산하는 데에 엄청나게 많은 기자 인력을 투입하는 것이다. 출입처 취재 폐단에 포털의 책임도 있다고 하지 않을 수 없다.

뉴스 편집 권한을 개별 언론사에 맡기는 정도의 대안으로는 발생 속보 중심의 경쟁이 사라지기 어렵다. 출입처 발 속보성 보도를 부추기는 포털의 기사 노출 알고리즘이 더 개선되어야 할 필요가 있다. 양질의 기사를 투명하고 공정하게 선정하여 노출할 수 있도록 하는 새로운 심의기구를 생각해볼 수도 있다.

출입처를 통한 권·언 유착이 조금씩 사라지지만, 권력 기관이 중요 정보를 내놓지 않으려 하는 흐름은 더 강해지고 있다. 검찰 수사 중심 보도를 지양하겠다면서 검찰 정보의 누출을 막는 제도를 만들었지만, 법원 공판 중심 보도로 옮겨가기 위한 정보공개 및 브리핑 제도는 아직 성숙해 있지 않다. 권력 기관으로서는 취재를 요청하는 기자들을 무시하는 것만큼 간편한 일은 없다. 이는 공직자와 권력자들을 편리하게 만들 수 있지만, 사회 전체의 알 권리 충족, 건강한 권력 감시, 공론 형성에는 역행한다.

과거 출입처 기자단은 ‘집단적 압력’으로 권력 기관 정보를 파악했다. 이런 구태를 벗어날 대안으로 흔히 정보공개 청구 제도가 거론된다. 그러나 이번 조사에 응한 기자들은 그 제도가 유명무실하다는 점을 공통으로 지적했다. 비공개를 결정하는 일이 많고, 공개해도 너무 늦게 한다는 것이다.

시급하게 이슈를 다루는 언론의 특성을 고려하고, 불필요한 단독 경쟁을 막으며,

효과적인 공보 활동을 돋기 위해서라도, 유명무실화된 정보공개제도를 현실화할 필요가 있다.

정보공개를 활성화하기 위해, 한국기자협회 등이 기자들을 위한 가칭 ‘정보공개 청구단’을 운용할 수도 있다. 해외 유력 언론사는 정보공개 청구를 전담하는 법률가를 고용해 자사 기자들의 취재를 돋는다. 이런 역할을 대행하거나 자문해주는 법률가 풀이 있다면 유용할 것이다.

참고문헌

- 강명구 (1991). 국회 출입 기자의 취재 보도 관행의 문제. <저널리즘 비평>, 6호, 30-41.
- 고영신 (2007). 정권의 성격 변화와 언론 보도: 대통령 친인척 비리 보도의 뉴스 프레임을 중심으로. <커뮤니케이션>, 3권 1호, 156-196.
- 국정홍보처 (2003). 선진국 공보시스템 현황: 일본, 독일, 영국, 미국 사례 중심. 서울: 국정홍보처.
- 국정홍보처 (2007). 정부 기자실, 선진국에는 없다. 서울: 국정홍보처. Retrieved
<http://www.korea.kr/news?newsId=148621277#sch-layer>
- 권상희·김익현 (2005). 인터넷신문 기자들의 기사 취득 경로와 상호작용 활동 연구: ‘대화 저널리즘’의 가능성을 중심으로. <사이버커뮤니케이션학보>, 16호, 309-343.
- 김고은 (2020. 1. 2). “출입처 떠나 질 높은 기사로 경쟁” 젊은 기자들 고개는 갸우뚱. <기자협회보>.
- 김관규·송의호 (2004). 국내 주요 출입처 기자실 유형에 관한 탐색적 연구. <한국방송학보>, 18권 1호, 38-75.
- 김광덕 (2019). 정치기사 20년 전보다 퇴보하고 있다? <관훈저널>, 61권 3호, 47-54.
- 김남석 (2001). 출입 기자단-기자실 제도의 형성과정과 현황. <관훈저널>, 79호, 185-196.
- 김동규·김경호 (2005). 국내 신문사 취재 조직체계와 관행에 대한 질적 연구. <언론과학연구>, 5권 2호, 33-68.
- 김무곤 (2001). 외국의 취재시스템: 일본 ‘기자클럽’을 중심으로. <관훈저널>, 79호, 228-235.
- 김사승 (2003). 전문기자의 전문화를 제약하는 취재 보도 관행에 관한 분석:

- 국내 일간신문사의 전문 기자제도 운용 분석을 중심으로. <언론과 사회>, 11권 1호. 91-124.
- 김승수 (2011). 한국 저널리즘의 위기와 대안. <한국언론과학연구>, 11권 3호, 5-32.
- 김승현 (2013). 기자실, 우리들의 일그러진 일터. <관훈저널>, 126호, 235-242.
- 김연식·박남기 (2018). 모바일시대 수용자들은 어떤 뉴스를 원하는가? <한국콘텐츠학회논문지>, 18권 5호, 95-104.
- 김영호a (2003). 지자체 공보관 - 필요하지만 폐쇄에 동조, 취재관행 불만 탓. <신문과 방송>, 387호, 25-28.
- 김영호b (2003). 정부 부처 기자실 폐지, 통합 프레스 센터를. <신문과 방송>, 387호, 32-33.
- 김원용·이동훈 (2004). 신문의 보도 프레임 형성과 뉴스 제작 과정에 대한 연구. <한국언론학보>, 48권 4호, 351-380.
- 김주완 (2003). 경남 지역 기자실 개방 - 지역 사회까지 바꿔. <신문과 방송>, 387호, 20-24.
- 김지주·권상희 (2020). 사회적 갈등 이슈에 대한 뉴스 프레임 연구: 문재인 정부의 틸원전 정책을 중심으로. <한국방송학보>, 34권 2호, 5-43.
- 김창룡 (2007). 정보접근권 등 투명사회 위한 장치가 우선. <신문과 방송>, 437호, 154-157.
- 김창룡 (2008). ‘기자실 폐쇄’로 마무리된 한 해. <신문과 방송>, 445호, 39-42.
- 김택수 (2001). 기자실의 배타적 사용은 위헌인가. <관훈저널>, 79호, 219-227.
- 남재일 (2006). 1987년 민주화 이후 취재 관행에 나타난 정권-언론 관계 변화: 청와대 출입 기자의 경우. <한국언론학보>, 50권 4호, 95-124.
- 남재일 (2008). 한국 객관주의 관행의 문화적 특수성: 경찰기자 취재관행의 구조적 성격. <언론과학연구>, 8권 3호, 233-270.
- 남효윤 (2005). 언론의 보도자료 이용에 관한 연구: 지역신문의 재무상태, 규모에 따른 차이를 중심으로. <한국언론학보>, 49권 6호, 233-256.
- 남효윤·구교태 (2004). 지역신문의 지방정부 보도자료 이용에 관한 연구: 신문사 규모를 중심으로. <한국언론정보학보>, 25호, 41-64.

- 박동숙 (2001). 취재원과 기자의 역학관계에 대한 질적 연구: 출입처 제도의 문제점을 중심으로. <한국언론학술논총>, 229-282. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 박동숙·조연하·홍주현 (2001). 공적 업무 수행을 위한 사적 친분 고리: 출입처에서의 취재원과 기자의 상호작용에 대한 질적 탐구. <한국언론학보>, 제45권, 특별호, 367-396.
- 박성호·윤영민 (2016). 방송 법조뉴스의 품질 연구: 정확성, 심층성, 불편부당성을 중심으로. <한국방송학보>, 30권 4호, 83-119.
- 박영환 (2003). 비서실 직접 대면 취재는 꼭 필요. <신문과 방송>, 387호, 34-38.
- 박영희·이정훈 (2020). 조국 전 법무부 장관 임명 관련 보도에 나타난 취재·보도 관행의 문제점. <지역과 커뮤니케이션>, 24권 1호, 36-69.
- 박재영 (2005). 공정성의 실천적 의미: 문화일보 2002년 대선(大選) 보도의 경우. <한국언론학보>, 49권 2호, 167-195.
- 박재영 (2006). 뉴스 평가 지수 개발을 위한 신문 1면 머리기사 분석. <한국의 뉴스 미디어 2006>(147~220쪽), 서울: 한국언론재단.
- 박재영·박성호·안수찬 외 (2016). <저널리즘의 지형>. 서울: 이채.
- 박재영·이완수·노성종 (2009). 한미 신문의 의견기사에 나타난 한국 기자와 미국 기자의 사고 습관 차이, <한국언론학보>, 53권 5호, 268-290.
- 박진우·김세은·이정훈·이봉현·심석태 (2016). <모바일 혁신을 위한 취재 시스템 변화 및 개선 방안>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 박홍기 (2009). 일본 총리 관저 기자실과 기자클럽. <관훈저널>, 113호, 172-178.
- 설원태 (2006). 국내 언론사 출입처 제도의 현황과 문제점. <한국의 뉴스미디어 - 한국 저널리즘과 뉴스 미디어에 대한 연차보고서>. 2020미디어위원회 실행위원회 (편). (96-122쪽). 서울: 한국언론재단.
- 설원태 (2012). 역대 한미대통령 묘사프레임 비교분석 - 뉴욕타임스와 조선일보의 한미정상회담 보도를 중심으로. <언론정보연구>, 49권, 1호, 107-144.
- 설진아·남궁강 (2007). <6자 회담>에 관한 텔레비전 외교 뉴스의 정보원 분석. <한국방송학보>, 21권 4호, 69-100.
- 성한용 (2005). 찬양일색에서 말꼬리 잡는 비판으로 변해. <신문과 방송>, 417호,

- 손석춘 (2006). 저널리즘 위기의 실체와 극복방안에 관한 연구. <한국언론정보학보>, 통권 36호, 43-77.
- 송용희 (2005). 한국 종합일간지 기사의 사실성 입증 기제에 관한 연구: 조선일보와 한겨레 사회면을 중심으로. <한국언론학보>, 49권 3호, 80-104.
- 송용희 (2006). 한국 유력 일간지와 정치적 행위자 간 역학관계에 대한 연구: 2004년 국가보안법 논쟁분석을 통한 취재원 연구 및 1, 2차 규정자론에 대한 비판적 검토. <언론과 사회>, 14권 1호, 43-78.
- 송의호 (2007). <참여정부의 언론정책: 기자가 본 출입처 제도의 변화>. 파주: 한국학술정보.
- 송의호·이상식 (2007). 참여정부의 출입처 제도의 변화가 취재 관행에 미친 영향에 관한 연구. <한국언론정보학보>, 40호, 114-149.
- 송의호·이상식 (2009). 참여정부의 브리핑제도 시행 전후의 보도행태 비교 연구. <정치커뮤니케이션 연구>, 12호, 127-167.
- 송해엽·양재훈·오세욱 (2020). 포털 뉴스 발행시간을 통해 본 언론사 뉴스 생산 관행: 2000년부터 2017년까지 네이버 뉴스 데이터에 대한 탐색적 분석. <한국언론학보>, 64권 2호, 184-216.
- 송현주 (20150). 정파성의 강도와 정책 이슈에 대한 뉴스 프레임이 정파적 양극화에 미치는 영향. <한국언론학보>, 59권 6호, 221-245.
- 심영섭 (2002). 언론사 공동출자 연방기자회견장 운영 - 독일의 출입 기자 제도. <신문과 방송>, 381호, 121-123.
- 심영섭 (2003). 독일, 등록하면 누구나 브리핑룸 회견 참가. <신문과 방송>, 387호, 51-54.
- 엄경철 (2020). 언론 효능감 최악 – 지금의 출입처 구조로는 생존불능. <신문과 방송>, 1월호, 64-66.
- 오대영 (2013). 한국신문의 아시아와 서구에 대한 보도양상의 차이와 이유 연구: 뉴스주제, 보도량, 보도태도, 미디어 정보원을 중심으로. <한국언론정보학보>, 61호, 74-97.
- 유기은 (1991). 언론과 정당의 협상관계: 출입 기자 업무수행 행위과정의 이론화를

- 중심으로. <현상과 인식>, 통권 51호, 183–215.
- 유신모 (2008). 기자실 중심의 취재문화를 어떻게 볼 것인가. <관훈저널>, 107호, 220–233.
- 유재천·이민웅 (1994). <정부와 언론>. 서울: 나남.
- 윤영철·홍성구 (1996). 지역사회 권력구조와 뉴스 만들기: 지역언론의 뉴스틀 형성과정에 관한 참여관찰 연구. <언론과 사회>, 11권, 90–122.
- 이건호 (2013). 기자실의 의미와 역할. <관훈저널>, 126호, 243–249.
- 이건호 (2008). 한미 신문 기사의 심층성과 신뢰도 및 독창성 분석: 6개 한국 신문과 2개 미국 신문 1면 기사를 중심으로. <한국언론학보>, 52권 5호, 107–129.
- 이건호·정완규 (2008). 한국과 미국 신문의 1면 기사 비교: 취재 영역 및 보도 형태별 취재원 출현에 따른 심층성 분석. <한국언론학보>, 52권 4호, 25–49.
- 이도선 (2003). 미국, 기자실은 자율운영, 브리핑룸과 엄격히 구분. <신문과 방송>, 387호, 41–45.
- 이상훈·김요한 (2016). 김영란법이 취재 관행에 미치는 문제점과 대안: 군소 언론사 기자의 심층 인터뷰를 중심으로. <정치커뮤니케이션 연구>, 43호, 173–201.
- 이성주 (2019). 우리는 연결을 잊어버렸다. 관훈클럽 (편), <위기의 언론 새길을 찾는다> (59–69쪽). 서울: 관훈클럽.
- 이오현·이석호 (2019). 한국 신문의 뉴스 생산문화에 대한 비판적 연구: 중앙일간지의 조직 문화와 기사 생산의 문제를 중심으로. <한국언론정보학보>, 97호, 77–118.
- 이재경 (2006). 한·미 신문의 대통령 취재관행 비교: 조선일보와 뉴욕타임스. <언론과 사회>, 14권 4호, 37–69.
- 이준웅·양승목·김규찬·송현주 (2006). 기사 제목에 포함된 직접인용부호 사용의 문제점과 원인. <한국언론학회>, 51권 3호, 64–90.
- 이충환 (2013). <저널리즘에서 사실성>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이한기 (2003). 새 매체 배척하는 기자실 개념 없애야. <신문과 방송>, 387호,

38-40.

- 이효성 (2020). 선거 활동, 지식 및 관심에 미치는 텔레비전, 포털, SNS 이용의 영향 - 20대 총선을 중심으로. <사회과학연구>, 36집 1호, 79-102.
- 임현수·이준웅 (2011). 보도자료 기사화 과정에서의 영향요인에 관한 연구: 정부 보도자료에 대한 조선일보, 한겨레 기사 분석을 중심으로. <한국언론학보>, 55권 2호, 5-31.
- 장세훈 (2013). 출입 기자 1000명 시대, 아사리판의 기자들. <관훈저널>, 127호, 15-21.
- 장호순 (2003). 어떻게 바꿀 것인가 - 임대기자실과 공공기자실로 이원화를. <신문과 방송>, 387호, 12-16.
- 조철래 (2006). 지역신문의 선거보도와 게이트키핑 과정에 관한 연구: 갠즈(Gans)의 다원주의적 접근을 중심으로. <한국언론학보>, 50권 4호, 381-410.
- 조희영 (2020). [90년대생이 바라보는 출입처 문화] ‘라떼’ 선배들께. <방송기자>, 52호, 8-9.
- 최영재 (2011). 대통령 커뮤니케이션과 대통령 보도: 1948~2008년 대통령과 언론 관계 분석. <언론과학연구>, 11권 3호, 349-380.
- 최우석 (2008). 백악관 풀 제도. <관훈저널>, 106호, 38-44.
- 토미다 토모가즈 (2003). 일본, 경제불황 속 업계 주도로 사라지는 추세. <신문과 방송>, 387호, 46-50.
- 한국언론재단 편집부 (2007). <한·미 신문의 기사형식과 내용>. 서울: 한국언론재단.
- 한영학 (2002). 관공서의 편의제공에 문제제기 - 일본의 기자실 운영실태. <신문과 방송>, 381호, 118-120.
- 허만섭·박재영 (2019). 디지털시대 언론 전문직주의의 위기와 변화. <언론과학연구>, 19권 4호, 253-289.
- 허행량·황용석 (1999). <신문 개성화 저해 요인: 언론사 내부관행을 중심으로>. 서울: 한국언론재단.
- 홍성철·송상근·강대한 (2020). <미디어 환경 변화에 따른 국회 언론환경 개선 방안 연구 보고서>. 서울: 국회사무처.

- Alaszewski, A. M. (2006). *Using diaries for social research*. London: Sage.
- Bybee, C. (1999). Can democracy survive in the post-factual age? : A return to the Lippmann-Dewey debate about the politics of news. *Journalism & Communication Monographs*, 1(1), 28–66.
- Casey, N. (2020, April 4.) College Made Them Feel Equal. The Virus Exposed How Unequal Their Lives Are. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/04/04/us/politics/coronavirus-zoom-college-classes.html>
- Carlson, M. (2009). Dueling, dancing, or dominating? Journalists and their sources. *Sociology Compass*, 3(4), 526–542.
- Cooke, N. A. (2017). Posttruth, truthiness, and alternative facts: Information behavior and critical information consumption for a new age. *The Library Quarterly*, 87(3). Retrieved from <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/692298>
- D'Alessio, D., & Allen, M. (2000). Media bias in presidential elections: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 50(4), 133–156.
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood, *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 25(3), 298–314.
- Gieber, W. & Johnson, W. (1961). The city hall “beat”: A study of reporter and source roles. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 38(3), 289–297.
- Grubenmann, S. (2017). Matrix organisation: The design of cross-beat teamwork in newsroom. *Journalism Practice*, 11(4), 458–476.
- Hoewe, J., Pecock, C., Kim, B., & Barnidge, M. (2020). The relationship between Fox News use and Americans' policy preferences regarding refugees and immigrants. *International Journal of Communication*, 14, 2036–2056.

- Kawakami, A., Umarova, K., & Mustafaraj, E. (2020). The Media Coverage of the 2020 US Presidential Election Candidates through the Lens of Google's Top Stories. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(1), 868–877. Retrieved from <https://www.aaai.org/ojs/index.php/ICWSM/article/view/7352>.
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2001). *The elements of Journalism*. New York, NY: Crown Publishers.
- Kuypers, J. A. (2014). *Partisan Journalism: A History of Media Bias in the United States*, Lanham: MD: Rowman & Littlefield.
- Nguyen, K., & Cava, G. L. (2020). News sentiment and the economy. *Bulletin*, June 2020, 18–25. Retrieved from <https://rba.gov.au/publications/bulletin/2020/jun/news-sentiment-and-the-economy.html>
- Project for Excellence in Journalism. (2008). *The state of the news media: An annual report on American journalism*. www.journalism.org
- Rosling, H., Rosling, O., Rosling, A. (2018). Factfulness. New York, NY: Flatiron Books.
- Stepp, C. S. (1995). Reinventing the newsroom. *American Journalism Review*, 17(3), 28–33.
- Tian, Y., Zhang, X., Yamamoto, M., & Morey, A. M. (2020). Cynicism, insults, and emotions in the 2016 U.S. presidential election: An affective intelligence framework. *Journal of Information Technology & Politics*. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19331681.2020.1715908>
- Weatherly, J. N., Petros, T. V., Christopherson, K. M., & Haugen, E. N. (2007). Perceptions of political bias in the headlines of two major news organizations. *The International Journal of Press·Politics*, 12(2), 91–104.

Wheatley, D. (2019). A Typology of News Sourcing: Routine and Non-Routine Channels of Production. *Journalism Practice*, 14(3), 277–298.

Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. Thousand Oaks, CAL:SAGE.

김재중 (2020. 9. 8). [특파원칼럼] 트럼프와 언론의 적대적 공생. <경향신문>

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=202009081459011&code=990100

김철웅 (2009. 2. 17). 정치공세, 필요하다. <경향신문>. http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=200902171808045

안수찬 (2014. 10. 16). 기자 호칭으로 본 미국의 저널리즘. <Slow News>.
<https://slownews.kr/31366>

장슬기 (2018. 2. 16). 양상우 한겨레 사장 “질책과 쓴소리, 큰 숙제를 줬다”
신년사 통해 ‘혁신’ 강조…“창간 30주년, 혁신 없으면 미래 없어.” <미디어
오늘>. <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?mod=news&act=articleView&idxno=140564>

조현호 (2020. 5. 17) 문재인 청와대 출입 언론, 박근혜 때보다 얼마나 늘었나.
<미디어오늘>. <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=207044>

한겨레 (2020. 6. 30). ‘등록금 반환 발표’ 건국대, 학생 1인당 29~39만원
지원 결정. <http://www.hani.co.kr/arti/society/schooling/951674.html>

한겨레 (2020. 9. 2). 문 대통령 “의사 떠난 의료 현장 지키는 간호사에 감사와
존경” <http://www.hani.co.kr/arti/politics/bluehouse/960387.html>

한겨레 (2020. 9. 3). 문 대통령 ‘간호사 격려’ 싸고 여야 공방. <http://www.hani.co.kr/arti/politics/assembly/960676.html>

한겨레 (2020. 9. 4). 문 대통령 “의사들 헌신 덕 방역 성공…의료 공공성 강화할
것” <https://m.news.zum.com/articles/62570616>

한겨레 (2020. 9. 3). 문 대통령, “한국판 뉴딜에 170조원 규모 정책, 민간금융투

- 자” <http://www.hani.co.kr/arti/politics/bluehouse/960582.html>
- 한겨례 (2020. 9. 3). 5대 금융지주, 한국판 뉴딜에 70조 지원. <http://www.hani.co.kr/arti/economy/finance/960630.html>
- 한겨례 (2020. 9. 3). 정책형 뉴딜 펀드 20조 조성…인프라펀드 투자금엔 세제 혜택. http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/960700.html
- 한겨례 (2020. 9. 3). 20조원 규모의 정책형 뉴딜 펀드 등 한국판 뉴딜 펀드 나온다. http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/960559.html
- 한겨례 (2020. 9. 3). 정부·민간, 뉴딜 금융에 ‘170조+a’ 지원. <http://www.hani.co.kr/arti/economy/finance/960556.html>
- 황금별 (2015. 10. 27). 출입처 저널리즘, 이대로 괜찮나요? <프레시안> <https://www.pressian.com/pages/articles/130732?no=130732>

- Casey, N. (2020. April 4) College made them feel equal. The virus exposed how unequal their lives are. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/04/04/us/politics/coronavirus-zoom-college-classes.html>
- Feuer, A. (2020. August 28). Trump says crime is rampant in N.Y.C. Here are the facts. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/08/28/nyregion/trump-rnc-urban-crime.html>
- Mozur, P., & Zhong, R. (2020. August 7). Targeting WeChat, Trump takes aim at China’s bridge to the world. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/08/07/business/trump-china-wechat-tiktok.html>
- Mozur, P. (2020. September 4). Forget TikTok. China’s powerhouse app is WeChat, and its power is sweeping. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/09/04/technology/wechat-ch>

ina-united-states.html

Ovide, S. (2020, August 7). Trump swings against TikTok, WeChat. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/08/07/technology/trump-tiktok-wechat.html>

Swanson, A., Isaac, M., & Mozur, P. (2020, August 6). Trump targets WeChat and TikTok, in sharp escalation with China. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/08/06/technology/trump-wechat-tiktok-china.html>

Swanson, A. (2020, August 7). Trump's orders on WeChat and TikTok are uncertain. That may be the point. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/08/07/business/economy/trump-executive-order-tiktok-wechat.html>

Swanson, A., Mozur, P., & Zhong, R. (2020, August 17). Trump's attacks on TikTok and WeChat could further fracture the Internet. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/08/17/technology/trump-tiktok-wechat-ban.html>

부록

〈부록 1〉 다이어리 기록 안내문

조사에 응해주셔서 감사합니다. 기자님의 기록과 인터뷰는 한국언론진흥재단이 주관하는 ‘(가칭) 한국 언론의 출입처 관행 연구’의 소중한 바탕이 될 것입니다. 관련 보고서는 올해 말에 발표될 예정입니다.

기록과 인터뷰 내용은 오직 연구 목적으로만 사용합니다. 개별 응답자의 신원이 드러나지 않도록 연구 보고서 및 논문 등에서 기자님의 이름과 소속 언론사는 익명으로 처리될 것입니다. 예컨대 ‘A 신문사, 7년 경력, b 기자’의 형식으로 인용합니다.

조사는 다음의 순서로 진행됩니다. 먼저 아래의 ‘취재 보도 일기’(최소 3일치)를 작성해주십시오. 그 내용을 바탕으로 기자님과 대면 또는 전화로 인터뷰하겠습니다. 필요한 경우, 추가 인터뷰를 통해 세부 사항을 더 여쭐 수 있으니, 미리 양해를 구합니다.

문의사항이 있으면 언제든 연락 주십시오. 거듭 감사드립니다.

● 개요

1) 최소 3일치의 일기를 작성해 주십시오

평소 취재 보도의 양상을 가장 잘 드러내는 3일치의 기록이 필요합니다. 그 날짜가 연속적일 필요는 없습니다. 예컨대 월요일, 목요일, 금요일의 기록을 작성해 주셔도 됩니다. 어느 한 주의 월~금요일까지 매일 일기를 작성하되, 현안이 없어 취재 보도 활동이 거의 없거나, 개인 사정으로 충실히 기록하지 못한 날을 제외하고, 3일치의 기록을 연구팀에게 제출해주시면 됩니다.

2) 취재 보도와 관련한 사항만, 있는 그대로 기록해 주십시오

기자님의 사적 영역을 언급할 필요는 전혀 없습니다. 오직 취재 보도 활동과 관련된 사항만 기록해주십시오. 다만 한국 언론의 취재 보도 관행을 개선하는데 기여하려는 저희 연구를 위해서는 기자님의 솔직한 기록이 꼭 필요하니, 있는 그대로 적어주시면 큰 도움이 되겠습니다.

3) 취재 보도 활동이 발생한 직후에 기록해 주십시오

많은 업무에 시달리는 기자님의 상황 때문에 그날의 활동을 일일이 기억하기 어렵다는 점을 잘 이해합니다. 그럼에도 가급적 실제에 부합하는 기록을 남겨주시길 부탁드립니다. 저희가 추천하는 일기 작성 방법은 다음과 같습니다.

- ① 매 시간 단위로 적는다. 모든 사항을 적기 힘들다면, 주요 활동만이라도 기록한다
- ② 점심 시간 직후에는 오전에 일어난 일과의 세부 사항을 적는다
- ③ 취재 보도 활동이 모두 끝난 밤에 오후·저녁 일과의 세부 사항을 적는다
- ④ 전날 밤에 기록하지 못했다면, 다음날 아침 일찍 보완한다

4) 명시된 사항 이외에도 취재 보도와 관련한 특이 내용을 자유롭게 적어 주십시오

소속 매체, 취재하는 이슈, 출입처 성격 등에 따라 취재 보도 활동은 다양할 수밖에 없고, 예측하기도 어려울 것입니다. 저희가 준비한 형식에 담을 수 없는 내용은 취재 보도 일기의 ‘활동개요’에 자유롭게 적어주십시오. 나중에 인터뷰를 통해 그 상세 내용을 여쭙겠습니다. 기록 양식을 출력하여 펜으로 작성해도 좋고, (전송해드린) 문서 양식을 내려받아 타이핑해도 좋습니다. 그밖에 문의사항이 있으면 언제든 연락 주십시오.

● 세부 사항

○ 시간

업무 시작 시각부터 종료 시각까지 취재 보도 활동의 대강을 기록해주십시오. ‘업무’에는 아침보고 등을 위한 자료 검토, 취재원은 물론 업무상 동료 기자를

만나는 술자리 등도 포함합니다. 따라서 아침 7시에 일어나 8시부터 보도자료를 검토하기 시작했다면 ‘업무 시작’은 아침 8시입니다. 이 경우에는 ‘오전~08’란은 비워두고, ‘오전 08~09’란에 관련 내용을 기록하면 됩니다. 또한, 기사 마감을 저녁 7시에 끝내고, 소속 언론사의 선후배와 어울려 밤 11시까지 술을 마셨다면 ‘업무 종료’는 저녁 11시입니다. 이 경우에는 ‘오후 07~08’과 ‘오후 08~’란에 모두 같은 내용을 기록하면 됩니다.

○ 주요 활동

‘보도’, ‘취재’, ‘기자단’으로 구분되어 있는 점을 주의해 주십시오. 취재도 하고, 기사도 출고하고, 기자단 카톡방에서 엠바고를 논의했다면, 각각의 사항을 모두 체크해 주십시오. 제시된 범주에 속하지 않는 취재 보도 활동은 ‘기타’란에 그 내용을 간략히 적어주시면 됩니다. 특정 시간대에 취재 보도와 관련한 활동을 전혀 하지 않았다면, 그냥 비워두셔도 됩니다.

○ 주요 활동 – 보도

온라인 기사, 온오프라인 기사 등 모든 형태의 기사 출고 외에도 취재메모, 정보보고, 다른 기사를 위한 토스 등이 모두 ‘보도’ 활동에 포함됩니다. 쉽게 말해, 기자님이 소속 언론사 잡배신에 올린 모든 기사, 정보, 메모가 여기에 해당합니다. 관련 활동을 했다면, 해당 항목을 체크하고, 대략적 주제 및 형태(기사·메모·토스 등) 등을 ‘활동 개요’에 기록해주십시오.

○ 주요 활동 – 취재

온오프라인을 통한 취재원 접촉과 각종 회견·간담회 참석은 물론 포털 검색, 소셜미디어 검색, 식사·다과 자리를 통한 취재원 접촉 등이 모두 ‘취재’ 활동에 포함됩니다. 해당 시간에 이런 취재활동을 복수로 벌였다면, 관련 사항을 모두 체크하고, 대략적 내용을 ‘활동 개요’에 기록해주십시오.

○ 주요 활동 – 기자단

온오프라인을 막론하고, 출입처의 타사 기자들과 관련한 활동이 있었다면,

이를 체크해주십시오. 기자단 전체가 가입한 메신저에서 엠바고 논의가 있었거나, 기자단 가운데 몇몇 친한 기자들이 따로 가입한 메신저에서 취재원과 만날 약속을 정했다면, 이것 역시 ‘기자단’ 활동에 포함됩니다. 다만 기자단 메신저에서 각종 보도·홍보자료가 공유됐다면, 이는 지나치게 일반적인 활동이므로 체크 안하셔도 됩니다.

○ 활동 개요

이상의 주요 활동에 체크한 내용을 간략히 적어주십시오. 예를 들어, 아침 보고를 했다면, 그 발제 내용을 간략히 적으면 됩니다. 세부 내용을 적을 필요는 없습니다. 다만 기자님이 최초 발제한 내용과 데스크의 판단에 따라 변경된 취재 보도의 결과 사이에 어떤 차이가 있는지 살펴보고자 하니, 발제에 포함된 행사, 기자회견, 주요 이슈, 기획취재 등의 테마를 기록해주시면 됩니다. 외부에 공개하기 어려운 특종, 독점 취재를 보고한 경우, 그 내용은 밝히지 마시고, ‘모 국회의원의 정치자금 취재’와 같은 방식으로 대략적 주제만 적으셔도 됩니다. 그밖의 취재 보도 활동은 간략한 개요만 적으시면 됩니다. 예를 들어, 기자회견이 있었다면, 어떤 이슈로 누가 진행하는 회견을 취재했는지만 적어도 되겠습니다. 나중에 기억을 복원하여 일기를 보완하는 데 도움이 될 것입니다. 아울러 인터뷰에도 참조하겠습니다. 이상의 활동이 그 시간대에 복수로 이뤄졌다면, 각각의 개요를 메모하면 됩니다.

※ 바쁜 날이라 할지라도 매 시간 ‘주요 활동’과 ‘활동 개요’만이라도 꼭 적어주시길 부탁드립니다. 나머지 세부 사항은 그날 밤에, 그때그때 적어둔 ‘활동개요’를 살펴보며 기억을 복원하여 적을 수 있을 것입니다.

○ 장소

해당 시간대에 특정 취재 보도 활동을 행한 물리적 공간을 체크해 주십시오. 출입처 내부에서 진행된 기자회견 및 간담회 등은 ‘기자실·브리핑룸’에 체크하고, 출입처가 아닌 곳에서 진행된 기자회견은 ‘기자회견장’에 체크하면 됩니다. 실내가 아닌 실외, 또는 집회 현장에서 기자회견이 진행됐다면 ‘거리·현장’에 체크하면 됩니다. 어느 범주에도 속하지 않는 장소에서 취재하거나 기사를 작성했다면 ‘기타’

란에 적어주십시오. 예를 들어 카페에서 전화로 취재하면서 기사를 썼다면, ‘기타(카페)’라고 적으면 됩니다.

○ 접촉인물 유형

해당 시간대에 접촉한 사람들의 유형 모두를 체크해 주십시오. 예를 들어 팀장이 메신저로 취재를 지시했고, 전화로 전문가를 인터뷰했으며, 더불어 공보실 직원에게 관련 내용을 문의했다면, ‘데스크’, ‘출입처 관련자’, ‘전문가’의 항목을 모두 체크하면 됩니다. 제시된 범주 가운데 ‘출입처 관련자’는 출입처를 직접 대표하는 인물입니다. ‘삼성’을 담당한다면, 삼성에 고용된 인물이 여기에 해당합니다. 삼성의 현안에 대한 의견을 갖고 있는 시민운동가, 전문가, 시민 등은 따로 체크하거나 ‘기타’란에 적어 주십시오. ‘교육부’를 출입한다면 교육부 공무원이 ‘출입처 관련자’에 해당합니다. 일선 학교 교사, 교원단체 관련자 등은 다른 항목에 체크하거나 ‘기타’란에 따로 적어주십시오.

○ 접촉 방식

해당 시간대에 접촉한 사람들과 소통한 방식을 모두 체크해 주십시오.

○ 자료·검색 유형

업무 중에 한번이라도 살펴보거나 검토한 보도·홍보자료, 기사 등의 유형을 체크해주시면 됩니다. 여기서 ‘일반·기타 자료’는 특정 기관이 ‘보도·홍보자료’의 목적으로 작성한 것이 아닌 모든 문서나 자료를 뜻합니다. 판결문, 공소장, 통계청 자료, 연구논문 등이 이에 해당합니다. 취재와 관련해 기사를 검색했다면, 이것 역시 체크해주세요. 기사 검색의 방법은 포털, 소셜미디어, 각 언론사 홈페이지 등 다양하겠지만, 그 방법은 생략해도 됩니다. 다만 기사 검색이 아니라 여론탐색 등 다른 목적으로 소셜미디어(페이스북, 트위터 등)를 검색했다면, 이는 ‘소셜 피드’에 체크해 주십시오.

〈부록 2〉 다이어리 기록 양식

	주요 활동	활동 개요	장소	접촉 인물 유형	접촉 방식	자료 유형
보도	<input type="checkbox"/> 보고 또는 발제 <input type="checkbox"/> 기사·메모의 작성·출고					
취재	<input type="checkbox"/> 현장 취재 <input type="checkbox"/> 문서자료 검토 <input type="checkbox"/> 소설·도록·기사 감독 <input type="checkbox"/> 브리핑·회견·간담회·취재 <input type="checkbox"/> 개별 인터뷰		<input type="checkbox"/> 소속 언론사 <input type="checkbox"/> 데스크 <input type="checkbox"/> 티사 기자	<input type="checkbox"/> 대면 <input type="checkbox"/> 전화 <input type="checkbox"/> 출입처 관리자 <input type="checkbox"/> 단체 활동가 <input type="checkbox"/> 학자·전문가 <input type="checkbox"/> 시민	<input type="checkbox"/> 소속사 기자 <input type="checkbox"/> 티사 기자 <input type="checkbox"/> 보도·홍보 자료 <input type="checkbox"/> 일반기타 자료	
오전 9~10			<input type="checkbox"/> 기타 ()	<input type="checkbox"/> 기타 ()	<input type="checkbox"/> 소셜 피드 <input type="checkbox"/> 기타 ()	
기자단	<input type="checkbox"/> 술·식사·디과 미팅 <input type="checkbox"/> 기자단 회의 또는 논의					
기타						

(※ 이 양식에 맞춰 일과 시작부터 종료까지 매시간 단위로 취재 보도 활동을 기록하고, 이를 3일치에 걸쳐 작성)