



미국 언론의 대선보도와 가짜 뉴스

저자 (Authors)	손제민
출처 (Source)	관훈저널 142 , 2017.3, 26-33 (8 pages) Kwanhun Journal 142 , 2017.3, 26-33 (8 pages)
발행처 (Publisher)	관훈클럽 kwanhun club
URL	http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE07127697
APA Style	손제민 (2017). 미국 언론의 대선보도와 가짜 뉴스. 관훈저널, 142, 26-33.
이용정보 (Accessed)	서울대학교 147.47.195.*** 2017/06/11 23:41 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

미국 언론의 대선보도와 가짜 뉴스



손제민 | 경향신문 정치부 기자

- 서울대학교 외교학과 졸업
- 영국 서섹스 대학교 졸업
- 경향신문 사회부
국재부
문화부 기자
워싱턴 특파원

“**주**류(가짜 뉴스) 언론을 믿지 마라.(Don't believe the main stream (fake news) media.) 백악관은 매우 잘 돌아가고 있다. 나는 난장판을 물려받았고, 그것을 바로잡는 중이다.”(도널드 트럼프 미국 대통령의 트위터, 2월 18일)

도널드 트럼프 미국 대통령 취임 후 백악관이 매우 잘 돌아가고 있는지, 그가 정말 전임자로부터 난장판을 물려받았는지에 대해 동의하지 않는 미국인들이 더 많은 것 같다. 퇴임 대통령 버락 오바마의 지지율이 60%에 달하는 반면 취임 한 달째인 신임 대통령 트럼프의 인기가 50%에 미치지 못하는 것을 보면 말이다. 그럼에도 언론 종사자의 입장에서 ‘주류 언론보도 =가짜 뉴스’라는 트럼프의 도식은 좀 더 생각해볼 부분이 있다. 사실 이 거칠고 사실에 부합하지도 않는 선동은 지난 미국 대선 기간 내내 의외로 많은 미국 유권자들의 가슴을 파고들었다. 가능할 것 같지 않았던 트럼프의 대선 승리에는 대중들의 기성 질서에 대한 불만·불신이 크게 기여했고, 언론은 그 ‘조작된’(rigged) 시스템의 한 축으로 여겨졌다.

주류 언론만 보서는 알 수 없었다

미국 대선 캠페인이 본격 시작되기 전인 2015년 초반만 해도 대다수 언론들은 이미 클린턴 가문과 부시 가문의 왕조 대결이 될 것이라는 구도를 짜두었다. 언론사들도 두 진영에 대한 취재에 많은 자원을 배분했다고 한다. 나머지 후보들은 흥행을 위한 조연들(also-rans)쯤으로 여겼다. 하지만 후보들의 출마 선언 이후 예상밖의 일이 벌어졌다. 샌더스와 트럼프라는 좌·우의 포퓰리스트들이 돌풍을 일으키기 시작했다. 언론의 적응 속도는 현실을 따라가지 못했다.

“도널드 트럼프는 공화당의 후보가 될 수 없다. 설사 후보가 된다 하더라도 미국의 대통령이 될 수 없다.” 각 정당의 경선이 한창이던 2016년 4월 워싱턴포스트의 경제담당 기자 치코 할란은 필자에게 단언했다. 할란 기자는 “샌더스는 너무 급진적이어서 결코 민주당에서 수용되기 어려울 것”이라고 했다.

비슷한 시기 월스트리트저널의 브렛 스티븐스 부국장은 뉴욕주재 문화 홍보관이 주선한 한국 언론과의 만남에서 이렇게 안심시켰다. “트럼프의 인기몰이는 기이한 현상이라고 보며 그의 치솟는 인기를 너무 과대하게 해석할 필요는 없다. 그의 지지층은 중·하층 백인들로 실직 후 재취업할 만한 기술이 없는 사람들이다. 이들이 엉뚱한 곳에 화풀이하고 있는데, 만약 트럼프가 공화당 후보가 된다면 큰 차이로 패할 것이 확실하다.”

기자들의 결론은 이미 내려져 있었다. 다만 두 개의 포퓰리즘을 대하는 미국 언론들의 태도는 아주 달랐다. 무소속 상원의원으로 ‘민주적 사회주의자’를 표방한 샌더스에 대해서는 철저히 무시 전략이었던 반면, 트럼프의 한 마디 한 마디는 연일 집중 조명했다.

하버드대 쇼렌스타인센터가 5대 일간지(뉴욕타임스·워싱턴포스트·월스트리트저널·로스앤젤레스타임스·USA투데이)와 5대 TV뉴스쇼(ABC 월드뉴스투나이트·CBS 이브닝뉴스·CNN 시추에이션룸·FOX 스페셜리포트·NBC 나이트

리뉴스)의 선거보도를 양적으로 분석한 자료(*'News Coverage of the 2016 General Election: How Media Failed the Voters'*, 2016년 12월)를 보면 트럼프와 클린턴에 대한 보도 빈도는 63 대 37로, 트럼프 보도가 압도적으로 많았다. 연구소의 설명은 이렇다.

“기자들은 자기 기사의 보도 가능성에 굶주려 있다. 트럼프 뉴스의 압도적인 보도 빈도는 그의 말과 행동들이 기자들의 기사 작성 수요를 이상적으로 충족했기 때문이다. 뉴스는 통상적이거나 예상되는 것에 대한 게 아니다. 그것은 새롭고 다른 것에 대한 것이다. 갈등과 분노가 가미된다면 금상첨화다. 트럼프는 그런 류의 재료를 트럭째 제공했다.”

트럼프 관련 보도는 욱하면서도 계속 보는 ‘막장 드라마’와 같았다. 허핑턴포스트 설립자 아리아나 허핑턴이 트럼프 현상 초기에 “이제 트럼프의 발언을 연예면에 소개하겠다”며 무시 전략을 제안했지만 CNN·FOX 등 케이블방송의 압도적인 보도 경쟁에 덮여 잊힌 목소리가 됐다.

미국 언론 반성문, 또 반성문

미국 언론들은 이번 대선 기간과 대선 후에 반성문을 여러 번 썼다. 대표적인 반성문은 CNN 온라인의 2016년 1월 17일 기사(*'How the media missed Bernie Sanders'*)와, 뉴욕타임스의 11월 9일 칼럼(*'A'Deney Defeats Truman' lesson for the Digital Age'*)이다. 전자는 민주당 경선 때 샌더스 현상을 제대로 예측하지 못한 데 대한 반성이고, 후자는 본선에서 트럼프의 승리 가능성을 전혀 예측하지 못한 것에 대한 반성이다.

짐 루텐버그 논설위원이 쓴 뉴욕타임스의 칼럼에는 이런 구절이 나온다. “결과와 관계없이 여론조사와 예측이 트럼프 득표와 그가 만들어낸 운동의 힘을 과소평가했다는 점은 분명했다. 그 힘은 그의 출마 선언 이후 모든 예측과 예상을 뒤엎었다. 대선 당일에 부상한 그 문제가 여론조사보다 훨씬 커보인 이유였다.”

뉴욕타임스는 이미 논설위원 데이비드 브룩스의 2016년 3월 18일 칼럼 (*No, Not Trump, Not Ever*)을 통해 트럼프의 공화당 경선 선전을 예상하지 못한 것에 대해 반성문을 쓴 적이 있다. “나를 포함한 수많은 언론 종사자들은 트럼프 지지자들이 어떻게 소외감을 표출하는지 이해하지 못했다. 우리가 트럼프 현상이 사그러들 줄 알았던 것은 그의 지지자들과 사회적으로 섞이지 못했고, 그들의 이야기에 귀 기울이지 않았기 때문이다. 내가 얻은 교훈은 이 나라에 대해 정확하게 보도하고자 한다면 내가 이 직업을 수행하는 방식을 바꿔야 한다는 것이다.”

사실 미국 언론들은 과거 대선 때처럼 이번에도 열심히 선거보도에 임했다. 대선주자의 정책 분석과 지지율 조사에 대한 언론사의 자체 분석, 50개 주를 커버하는 각 후보 진영의 선거운동 동행 르포, 납세 실적이나 공직 생활 등 심층적인 후보자 검증, 사정을 봐주지 않는 거침없는 후보자 인터뷰, 그리고 박진감 넘치는 대선 토론회까지 이들의 저널리즘은 참고하고 배울 점도 많았다.

다만 외신기자의 입장에서 아쉬운 대목은 미국 민주주의의 가장 큰 미덕이라고 생각하는 폴뿌리 참여 민주주의에 대한 조명이 생각보다 적었다는 점이다. 민주·공화 양당 주요 대선후보들의 유세 현장과 경선 투표현장, 전당대회, 그리고 선거운동원들의 폰뱅킹(Phone-banking: 전화를 걸어 지지를 확보하는 캠페인 방식), 캔버싱(Canvassing: 가가호호 방문해 지지를 확보하는 캠페인 방식) 등 이른바 그라운드게임(Ground Game)을 가까이서 관찰하며 인상적인 부분은 경선 캠페인 등 선거과정에서 시민참여의 폭이 우리가 생각하는 것보다 훨씬 폭 넓고 깊다는 것이다. 각 정당의 대선 후보선출 경선이 여전히 ‘그들만의 잔치’로 머물러 있는 듯한 우리와는 달랐다.

네거티브와 가짜 뉴스

이번 대선의 본선은 주요 정당의 두 후보에 대한 높은 비호감도 때문에

정책 논쟁이 실종되고, 미국 역사상 가장 지저분한 선거 중의 하나로 여겨졌다. 앞서 언급한 하버드대 쇼펜스타인센터 보고서의 필자 토머스 패터슨은 두 후보에 대한 부정적인 뉴스가 지나치게 많아지면서 ‘두 사람 다 진실하지 않다’는 관념이 퍼졌고, 결과적으로 그러한 진흙탕 싸움이 오히려 흡이 많은 트럼프에게 유리하게 작용했다고 분석했다.

부정적인 언론보도는 각 후보들의 네거티브 전략과 상승작용을 일으키는 측면이 있다. 하지만 언론이 두 후보 모두에게 엄정한 검증 잣대를 들이대는 과정에서 부정적 뉴스가 압도적으로 많았던 것을 문제라고 보기는 어려운 것 같다.

어쩌면 그보다 더 심각한 문제는 음모론과 거짓정보를 담은 뉴스, ‘가짜 뉴스’일 것이다. “힐러리 클린턴이 피자 가게 근처에서 아동 성매매 조직을 운영한다.”, “교황이 도널드 트럼프를 지지한다.” 등 이른바 가짜 뉴스는 과거 어느 때보다 이용자가 늘어난 소셜미디어를 타고 미 대선 전 기간에 걸쳐 합리적인 논쟁을 방해했다. “버락 오바마 대통령의 출생지가 미국이 아니다.”, “오바마는 기독교도가 아니라 무슬림이다”라는 주장 등 트럼프가 불 지피고 브라이언트바트(Breitbart)와 같은 극우 온라인 매체들이 유포한 거짓, 또는 왜곡된 뉴스를 지금도 적지 않은 미국인들이 사실인 양 믿고 있다

이러한 현실을 힐러리 클린턴은 “당신이 어떤 의견을 갖느냐는 자유이지만, 사실 자체를 마음대로 할 수는 없다.”(You are entitled to your opinions, but you are not entitled to your own facts)는 말로 잘 꼬집었다. 언론들은 팩트체킹 코너를 통해 트럼프 발언의 진위를 분석하며 대체로 이른 시간 내에 시시비비가 가려졌다. 클린턴도 자신의 이메일 논란에 대해 거짓말을 했지만 트럼프에 비할 바는 아니었다. ‘진짜 사실’(true fact), ‘대안 진실’(alternative truth) 등 형용모순의 말로 특징지어지는 ‘탈진실의 시대’에 진실의 정의조차 흔들리게 됐다.

하지만 가짜 뉴스가 아주 새로운 현상은 아니다. 소셜네트워크의 확산으로 이번 선거에서 가짜 뉴스의 파급력이 더 컸을 것으로 짐작한다. 이번 대

선의 승패에 가짜 뉴스가 얼마나 결정적 영향을 미쳤는지는 아직 논쟁거리다. 스탠퍼드대 연구팀의 보고서(‘*Social Media and Fake News in the 2016 Election*’, 2017년 1월)를 쓴 경제학자 매튜 겐츠코우는 통계 분석을 통해 가짜 뉴스가 선거의 승패에 영향을 줄 정도는 아니었다고 결론 내렸다. 한 가지 분명해 보이는 것은 루퍼트 머독의 폭스뉴스가 1996년 출범한 이후 자신의 정치적 견해를 강화시키는 뉴스만 습득하려는 뉴스 소비자들의 경향이 이번 선거를 통해 더 강해졌다는 점이다.

그들은 왜 불신하나

필자가 보기에 가짜 뉴스 못지않게 심각한 문제는 왜 주류 언론의 보도가 적지 않은 사람들에게 가짜 뉴스처럼 인식되는지, ‘주류 언론 보도=가짜 뉴스’라는 트럼프의 선동이 먹혀드는가이다. 결과적으로 클린턴 진영과 주류 언론의 팩트체킹과 가짜 뉴스 조명은 “나는 사기꾼(crooked) 힐러리에 맞서 싸우는 것이 아니라 사기꾼 언론에 맞서 싸운다”는 트럼프의 프레임을 넘어서지 못했다. 이는 미국 언론들의 반성문마다 언뜻 비치는 듯하다가 얼버무리려진 감이 있는 부분이다. 그것은 결국 언론보도가 대중들의 진짜 삶의 문제와 괴리돼 있기 때문이 아닌가 한다. 미 대선 현장에서 접한 유권자들의 목소리에서 그것을 어렵פות이 느낄 수 있었다.

2015년 4, 5월 각 후보들의 출마선언으로 시작해 2016년 11월 트럼프 당선으로 끝난 미 대선 과정을 취재한 외신기자의 입장에서 기억에 남아 있는 문구 중 하나는 트럼프의 트위터 글과 비슷한 “리버럴 매체들을 믿지 마라.”(Don't Believe the Liberal Media)이다. 이 슬로건은 대중의 주류 언론에 대한 불신을 잘 보여준다. 여기서 ‘리버럴’ 매체에는 뉴욕타임스·워싱턴포스트·MSNBC·CNN 등 중도 또는 진보 성향 매체들뿐만 아니라 월스트리트저널 같은 보수성향의 매체도 포함된다. 이 슬로건은 선거 기간 내내 등장했지만 필자의 눈에 본격적으로 들어온 것은 공화당 전당대회가 열린 7

월 중순 클리블랜드 도심에서였다. 미국 언론계 전반의 ‘좌편향’을 고발하겠다고 하며, 1987년 출범한 보수성향 언론감시단체 미디어연구센터(MRC)가 배포한 이 피켓들은 주류 언론보도 전반을 불신하는 트럼프 지지층 사이에 넓게 퍼져 있었다.

이 피켓을 들고 있던 사람들이 아주 지적이고, 논리정연하지는 않았지만 그렇다고 어리석거나 괴상한 사람들도 아니었다. 미시간 주의 자동차 하청 업체에서 일했다고 소개한 한 백인 남성은 언론이 워싱턴·월가 전문가들의 얘기에 매몰돼 미국 사회의 ‘진짜 문제’를 보도하지 않는다고 말했다. 그가 보기에 트럼프의 말은 과장돼 있고, 때론 사실을 왜곡하지만 자기 같은 사람들의 가려운 곳을 긁어주고 있다고 말했다. 그는 다른 트럼프 지지자들과 마찬가지로 이민자 유입과 환태평양경제동반자협정(TPP) 등 무역 자유화 정책이 삶을 더 힘들게 만들었다고 믿고 있었다. 이 남성은 언론의 관심이 대부분 후보의 캠페인에 초점을 맞추는 통에 자기 같은 유권자들의 목소리가 주목 받기 어렵다고도 했다.

정반대에 있을 것 같은 민주당 지지자들 사이에도 이러한 정서를 확인할 수 있었다. 7월 하순 민주당전당대회가 열린 필라델피아에서 만난 한 50대 후반 여성은 민주당 경선 과정에서 주류 언론들이 일방적으로 힐러리 클린턴을 지지한 것에 실망했다고 했다. 코네티컷 주에서 빈민 지원활동을 하는 이 여성은 북미자유무역협정(NAFTA)이 체결된 뒤 자신이 일하는 푸드뱅크에서 굶는 아이들이 엄청나게 늘었다고 말했다. TPP가 발효되면 자신이 사는 지역사회가 절단날 것이라고 우려했다. 그는 투표권을 부여받은 18세 때 아버지 손에 이끌려 공화당원이 돼 1980년에 로널드 레이건을 뽑고, 2008년엔 존 매케인을 뽑았지만 2012년에 버락 오바마를 뽑은 전형적인 부동산층 유권자다. 이러한 생각은 전당대회장 안에 들어온 샌더스를 지지하는 대의원들에게서도 많이 들을 수 있었다.

대도시의 중산층·엘리트들이 즐겨보는 뉴욕타임스·워싱턴포스트 등 주류 매체들이 “포퓰리즘에 현혹되지 말고 정신 차려야 한다”고 하는 충고

는 이들에게 ‘잘난 체하는’ 애기로 치부됐다.

백인우월주의에 바탕을 둔 이민자 혐오, 지구온난화라는 과학적 사실을 부정하는 태도 등에 열광하는 미국인들을 옹호하고자 하는 것이 아니다. 언론은 트럼프의 거짓말, 트럼프 정책의 문제들을 지금보다 더 물고 늘어져야 한다. 그와 동시에 그를 지지하는 사람들이 왜 그렇게 되었는지 규명하는 것도 중요한 임무이다. “트럼프 지지자들의 절반은 한심한 사람들 (deplorables)”이라는 클린턴 식의 인식으로는 안 된다.

필자는 이번 대선보도에서 미국 언론의 실패가 단순히 트럼프의 선거 승리를 예측하는데 실패하는 것에 그치지 않았다고 본다. 그들의 의도와 상관없이 트럼프의 당선을 돕는 역할을 했다는 점도 강조하고 싶다.

미국 언론도 답을 알고 있다. 미국의 정치 저널리즘의 전설적 존재로 남아 있는 워싱턴포스트 기자 데이비드 브로더(1929~2011)가 『신문 1면에 가려진 것: 뉴스 제작 과정에 대한 솔직한 얘기』(1987)에서 했던 충고는 이번 대선 때도 자주 회자됐다. “선거의 바람을 정확하게 측정하기 위해서는 후보로부터 떨어져 나와 유권자 속으로 파고들어야 한다. 집집마다 찾아다니며 대중의 여론을 추출해야 한다.”

기자들이 그들과 비슷한 사람들과 만나서 대화하며 만들어낸 ‘집단 사고’에 매몰되지 말고 살아서 움직이는 정치를 읽으려는 태도를 강조한 말이다. 기자는 내부자가 될 것이 아니라 천성적인 외부자의 태도를 견지해야 한다는 것. 머리로 알면서도 막상 출입처 문 안으로 들어가면 쉽게 잊어버리게 되는 자세다. 