

제2세션
14:15-15:35

406호

**지역여성 & 미디어비평 연구회
공동 세션(온라인)**

사회 : 백미숙(서울대)

1. 2022년 8월, 폭우 인명피해에 관한 언론 보도 점검: KBS1, YTN의 뉴스를 중심으로

발표 : 정영희(고려대)

토론 : 김수정(중앙대)

이설희(용인대)

2. 팬데믹 시기 자기 치유, 자기 계발을 넘어 내일을 향한 연대?:

'김미경과 함께 하는 514챌린지' 참여 3040세대 여성들의 이야기를 중심으로

발표 : 최이숙(동아대)

토론 : 김은진(부산대)

박은주(동의대)

2022년 8월, 폭우 인명피해에 관한 언론 보도 점검: KBS1과 YTN의 뉴스를 중심으로

정영희(고려대학교 정보문화연구소)

재난시 언론의 보도 양상에 대한 점검은 꾸준히 진행되어 왔다. 국회전자도서관에서 ‘재난*언론 보도’를 검색하면 연구 주제는 크게 4개 유형으로 구분될 수 있다. 먼저 해외에서 발생한 재난 보도 연구(중국 대지진, 일본의 지진 혹은 원전 사고 등), 국내 재난 보도 연구(경주 지진, 세월호 보도 등), 재난 보도 비교 분석(국가간, 언론사간), 보도 규범에 관한 연구(‘재난보도준칙’ 등)로 구분된다. 국내 재난에 관한 연구는 ‘세월호’ 보도에 관한 분석이 압도적으로 많다. 사례 분석 대부분은 보도 행태(기사수, 주요 취재원 등등) 혹은 프레임 (비교)연구에 집중되어 있다. 얼마나 많은 뉴스가 어떤 관점에서 보도되었는지, 국가 및 언론사간 차이는 무엇인지에 집중되었다고 할 수 있다.

이 분석은 2022년 8월 8일 수도권에서 시작된 폭우¹⁾에 의한 재난 상황에 대해 언론이 어떻게 보도했는지를 점검하는 차원에서 시작되었다. 집중 호우 초기, 강남권에서 도로 및 차량 침수와 실종사고가 발생하면서 언론의 보도가 그것에 집중되었다.²⁾ SNS나 각종 커뮤니티를 통해서 강남권(서초동)의 비 피해 소식이 급속도로 확산되었고, 언론 또한 강남 일대의 상황에 대해 보도를 집중했기 때문에 다른 지역의 피해는 상대적으로 덜 조명된 경향이 있었다. 언론은 ‘재난보도’, ‘특보’ 시스템을 작동시키며 24시간 폭우 관련 뉴스를 보도했다.

시청자의 관심이 큰 만큼 언론은 많은 뉴스를 생산하였다. 하지만 시청자 혹은 독자의 주목도를 높이기 위한 자극적인 보도가 종종 확인되었다. 특히, 8월 10일 YTN이 보도한 <영화 ‘기생충’보다 더한 현실, 폭우가 휩쓴 ‘반지하’ 일가족>과 11일의 <외신이 본 ‘Banjiha’... “영화보다 가혹한 현실 속 비극”>은 한국의 언론이 재난과 빈곤에 관한 뉴스를 선정적인 상품으로 생산하여 전시하는 것은 아닌지에 대해 고민하게 한다. 또한 KBS의 8월 10일 보도 <수마가 할퀸 ‘반지하’의 비극>과 8월 17일의 뉴스 <[단독] 반지하 참사 ‘통한의 151분’ 첫 신고 뒤 무슨 일 있었나?>는 재난의 비극적 서사화에 그치지 않고, ‘그것이 알고 싶다’ 식의 흥밋거리로 전락시키는 경향이 있었다. 자극적인 헤드라인과 자극적 용어(ex. 맨홀

1) 당시 서울 동작구 신대방동 일대에는 시간당 141.5 mm가 내려서, 시간당 최고 강우량 기록을 80년 만에 경신했다.

2) 중앙재해대책본부의 공식 발표에 의하면 사망자 9명(서울 5, 경기3, 강원1), 실종 6명(서울 4, 경기2)의 인명사고가 발생하였다.

사고를 ‘쑥’이라고 표현하는 의성어 등) 사용에 대해서도 반성할 필요가 있다.³⁾ 이 발제는 언론은 그러한 보도행태에 대해 성찰해야 한다고 주장하며 출발하였다.

2022년 8월 폭우 관련 보도의 여러 주제 중, 특히 인명 사고에 관한 보도에 집중하였다. 인명사고 보도에서 일정한 규칙 및 관행이 발견되었기 때문이다. 분석 대상은 8월 8일부터 8월 21일까지, KBS와 YTN에서 보도한 폭우 인명사고 관련 뉴스이다. 특히 서울의 인명 사고(강남, 신림동) 보도에 집중하고자 한다.

KBS와 YTN의 뉴스를 분석 대상으로 삼은 이유는 다음과 같다. KBS는 공영방송으로서 우리 사회와 시대를 대표하는 공적 성격을 가지고, YTN은 24시간 방송되는 뉴스전문채널이기 때문에 시청자의 노출도가 높고 뉴스 시장에서 점유율도 높기 때문이다. 이 두 매체는 해당 사안에 대한 시청자의 인식과 여론에 영향을 줄 수 있는 중요한 매체로서 한국 언론의 보도를 대표한다고 판단했다.⁴⁾

분석 대상 기사는 한국언론재단의 뉴스 검색 프로그램인 ‘빅카인즈’를 이용하여 추출하였으며, ‘실종’, ‘신림동’, ‘반지하’, ‘서초동’, ‘남매’ 등을 키워드로 하여 1차로 뉴스를 추출하여 중복 추출된 기사를 제외하고, 헤드라인을 기준으로 해당 사안과 관련된 뉴스만 2차로 선별하였다. 그 결과 분석 대상 기사로 KBS1 50건, YTN의 기사 99건이 최종 결정되었다.⁵⁾ 이를 분석하여 한국 언론의 인명 사고 보도에서 나타나는 정형화된 패턴, 스테레오타입에 의존한 보도에 대해 점검해보고자 한다.

3) 이러한 경향은 해외에서 발생한 사고인 경우 특히 두드러진다.

4) ‘연합뉴스 TV’는 국가간통신사로서 다른 언론사에 뉴스를 제공하는 뉴스 도매상을 겸하고 있으나, 매체 속성상 속보성을 주요 가치로 설정하여 스트레이트 뉴스를 생산하기 때문에 분석 대상에서 제외하였다. 사전 조사 결과 실제로 사안에 대해서는 스트레이트 뉴스가 대부분이었다.

5) 헤드라인만으로 폭우 인명사고임을 알 수 있거나, ‘실종’, ‘사망’ 등의 단어가 헤드라인에 명시된 경우 (중대본의 발표를 기사화한 경우도 포함)에 해당된다.

팬데믹 시기 자기 치유, 자기 계발을 넘어 내일을 향한 연대?: ‘김미경과 함께 하는 514챌린지’ 참여 3040세대 여성들의 이야기를 중심으로

최이숙(동아대 사회학과)

팬데믹은 여성들에게 어떠한 영향을 미쳤을까? 언택트, 양극화, 삶의 위기의 심화라는 거대한 변화에 대해 여성들은 또한 어떻게 대응하고 있을까?

여러 연구들에서 지적해왔듯이, 팬데믹은 사회적 약자들의 삶에 가혹했고 여성 역시 예외는 아니었다. 팬데믹 발생 이후 여성들의 돌봄은 유자녀 여성들을 중심으로 증가했고, 고용시장 한파를 더 직접적으로 겪었으며, 코로나에 따른 우울감은 남성보다 상대적으로 더 크게 나타났다(한국언론진흥재단, 2020). 재난이 평등하지 않다는 데에서 여성 역시 예외는 아니었다.

그렇다면 이러한 역사적 변동 속에서 여성들은 어떠한 삶을 살아내고, 어떻게 대응하고, 살아 내기 위해 무엇을 시도하였을까? 젠더 불평등에 대한 학계의 관심에 비해 이에 대한 논의는 상대적으로 미진한 편이다.

코로나-19는 2030년을 2020년으로 가져다두는 타임머신 역할을 했다는 언급처럼 이제는 일상처럼 느껴지는 우리의 삶은 사실 지난 2년간 급격하게 변화해왔다. K자 양극화로 지칭되는 빈부격차의 심화, 사회적 거리 두기에 따른 모임 및 공동체의 약화 등 팬데믹 기간 동안 어떻게 살아남을 것인가의 문제는 오롯이 개인의 몫이었다. 팬데믹 이후 ‘영끌’, ‘주린이’로 대표되는 ‘경제적 자유’를 성취하기 위한 “머니 러시”현상, 그리고 다양한 플랫폼에서 지속된 챌린지 열풍은 팬데믹으로 가중된 불안을 개인적으로 해소하며 이 위기를 살아내기 위한 몸부림으로 해석할 수 있을 것이다(김난도 외, 2021).

팬데믹 시기 여성들이 어떻게 자신의 삶과 마주하고 있는가를 살펴보기 위한 하나의 지점으로 이 글은 2022년 1월부터 진행된 ‘김미경과 함께하는 514챌린지’에 참여했던 3040 세대 여성들의 목소리에 주목하고자 한다. 514챌린지는 우리나라 대표적인 자기 계발 강사 김미경이 12월 8일 자신의 유튜브 방송(MKTV)을 통해 1월 1일부터 14일간 매일 새벽 5시에 일어나서 팬데믹 이후 빠르게 “판이 바뀌는 지금의 세상을” 준비하는 자신을 만들기 위해, 뒤처지지 않기 위한 준비를 하기 위해 ‘제안하며 그 시작을 알렸다. 김미경은 코로나-19와 함께 먼저 온 10년을 대비하기 위해 자신에 대해 투자할 것을 강조하면서

2022년 1월 14일의 기적을 만들자고 하였다.¹⁾ 1월 1일 시작된 514챌린지는 매일 새벽 5시부터 6시까지 진행된 챌린지의 참여자들은 5시~6시까지의 미리 할당된 오픈채팅방에서만 공개된 링크에 접속해 김미경의 Youtube 라이브 방송을 함께 시청한 뒤 본인이 정한 미션들을 수행하고,²⁾ 이를 각자의 SNS에 인증하는 과업을 부여받는다. 그리고 14일간의 챌린지에 성공한 사람들에게는 리워드(경품)가 제공된다.

1월 챌린지가 마무리된 후 업로드 된 김미경의 Youtube 방송에 의하면(1월 15일 방송)³⁾, 12월 27일 까지 참여를 신청한 사람들의 수는 20,000명이 넘었으며, 1월 1일 라이브방송 시청자는 11,548명을 시작으로 3일~14일차까지 12,000명이 넘는 사람들이 접속하였다. 온라인 공간에서는 514챌린지 관련 인스타그램의 해시태그가 40만 개가 넘을 정도로 열띤 반응 속에 마무리 되었다. 특히 참여자 중 가장 많은 비율을 차지한 것은 3040세대 여성들이었다.

이 글은 김미경과 함께 하는 514 챌린지에 대한 참여관찰, 김미경과 함께 하는 514챌린지에 대한 참여관찰, 주최자인 김미경 대표 인터뷰, 그리고 3040세대 15명의 참여자와의 인터뷰 그리고 김미경의 Youtube 라이브 방송에 대한 분석을 바탕으로 다음의 질문에 답하고자 한다.

팬데믹이라는 위기 속에서 팬데믹 시기 3040 여성들의 어떤 열망에 부응했기에 이러한 현상이 나타났는지, 자기 계발/자기 치유의 온라인 공간이 불확실성의 시기 이전 보다 개인화된 삶을 살아냈던 여성들에게 어떠한 의미로 다가왔는지, 그 사회적 함의는 무엇인지에 대해서 살펴보고자 한다.

참고자료

한국언론진흥재단(2020). 코로나19 이후 국민의 일상 변화. 한국언론진흥재단
김난도 외(2021). 트렌드 코리아 2021. 서울: 미래의 창.

1) Youtube 방송에서(2021. 12. 31), 김미경은 자신이 힘든 일이 있을 때마다 새벽에 일어나 '기도'를 하는 대신, 하고자 하는 일이 실현될 수 있도록 공부하고 실천할 수 있도록 뭔가를 해내었다고 밝혔다. 연구자와의 인터뷰에서도 비슷한 이야기를 했는데, 자신이 사업이 힘들 때마다 했던 다양한 경험과 시도들 중 유일하게 MKYU에 소속 학생들 및 자신의 Youtube 방송의 팬들과 나눌 수 있는 것이 새벽기상이라고 이야기했다.

2) 514챌린지는 1월 3일부터는 5시부터 6시까지 진행되는 Youtube 방송 중 30분 정도는 김미경의 '강연' 그리고 20~30분은 각자 새벽 시간에 하고 싶은 챌린지 수행, 마지막 10분은 그 전날의 사람들이 인증을 위해서 했던 SNS를 소개하는 식으로 진행되었다

3) 2022년 모닝썹썹이가 함께 한 14일의 기적(<https://www.youtube.com/watch?v=YhwbUvsuFKw>, 1월 15일 방송