

일간신문 기사 속에 포함된 미디어 지도의 특성과

통계지도 제작지침에 관해

-중앙일보(1966년~2000년)을 대상으로-

The characteristics of media maps and the guidelines to the statistical maps in the daily newspaper : JoongAng Ilbo(1966~2000)

손 일(부산대학교 사회교육학부 교수, son56@pusan.ac.kr)

신문에 등장하는 미디어 지도는 뉴스 기사와 특집 기사를 비롯해 일기도, 광고, 시사만화에 이르기까지 다양하게 이용되고 있으며, 기사를 구성하는 보조 기사로 이용됨은 물론 지도 자체만으로 기사의 기능을 충분히 수행하는 경우도 있다. 하지만 미디어 지도는 제작과정의 급박성, 정보의 일회성, 독자의 지도인식 능력의 차별성 등으로 인하여 일반 지도학에서 강조하는 지도의 기본요소와 디자인의 엄밀성을 무조건 강조하거나 강요할 수 없는 독특한 장르로 인식되어야 할 것이다.

본 연구에서는 일간신문 기사 속에 포함되어 있는 미디어 지도의 특성과 제작 관행을 살펴보고, 공간 정보의 효율적인 전달을 위한 최소한의 지도학적 문법을 제시함으로써 미디어 지도 제작을 위한 지침을 마련하고자 했다. 우선 개별 미디어 지도의 일반적 특성을 분석하고 지도와 기사 모두를 디지털 카메라를 이용해 이미지화하여 데이터베이스를 구축하였다. 이렇게 마련된 데이터베이스를 기반으로, 미디어 지도의 출현 빈도, 미디어 지도의 종류와 기사 간의 상관관계, 미디어 지도의 제작 기법의 변천 등을 통계 분석을 통해 미디어 지도의 일반적 특성을 분석하였다. 두 번째로, CTS가 도입된 이후인 1990년대 중반 이후의 지도를 분석하여 컴퓨터 편집에 따른 지도 표현의 변화를 파악하고 이를 통해 향후 미디어 지도의 변화 방향 및 문제점에 대한 대안을 모색하려 하였다. 마지막으로 주로 통계 지도의 일반적인 제작 관행과 일반 지도학에서 강조하는 지도학적 문법과 비교하여 지도학적 오류를 찾으려 했다.

이상의 연구 과정에서 얻은 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 미디어 지도 분류는 Stovall(1997), 김정한(1998) 등 저널리즘 관점에서의 미디어 지도 분류에 일반 지도학에서의 지도 분류법을 결합하여 비교적 단순한 분류법을 사용하였다. 정성적 주제는 위치지도와 해설지도(explanatory map)로 분류하였고, 해설지도는 다시 사실지도와 진행지도로 나누었다. 한편 일반지도학의 관점에 따라 정량적 주제도는 통계지도로 구분하였다. 11,684개의 미디어 지도 중에서 해설지도와 위치지도가 전체의 97.0%를 차지하고 있는데, 이는 미디어 지도가 그 성격 상 기사의 내용이 거론되는 지역의 위치나 그 지역에 대한 간략한 해설 정도에 그치고 있음을 알 수 있다.

둘째, 11,684개의 미디어 지도를 기사 내용에 따라 크게 정치, 경제, 사회, 문화, 홍보(자사홍보)의 다섯 개 영역으로 나누어 분류한 결과, 경제, 문화, 정치, 사회, 홍보의 순으로 나타났다. 정치 기사에 포함

된 지도의 수는 후반으로 갈수록 줄어들고, 경제, 문화 기사에 포함된 지도의 수는 증가한다. 이는 1970년 이후 경제 개발이 본격화되고 소득 수준의 향상과 더불어 여가 문화의 보급이 활성화됨으로써 이와 관련된 기사의 출현 빈도가 증가한데 그 이유가 있는 것으로 판단된다. 한편 이들 기사에 비해 사회 관련 기사에 지도가 등장하는 비율이 낮다. 이는 한정된 지면에 다양하고 많은 기사가 제시되어야 하고 시간적으로 촉박한 사회면의 신문편집 특징과 관련이 있는 것으로 파악된다.

셋째, 방위표와 축척 등은 지도 제작시 고려되어야 할 중요한 요소들이 미디어 지도에서는 거의 생략되어 있다. 이는 미디어 지도의 제작 관행으로, 지도제작자들이 방위표와 축척의 중요성을 인식하지 못한 결과이다. 특히 방위표가 삽입된 지도는 1960년대와 1970년대에 제작된 지도에 집중되는데, 이 시기는 수작업에 의해 지도가 제작되던 시기와 일치한다. 1980년대 이후부터는 방위표가 지도에서 사라지는데, 이는 지도를 지도학적 논리에 기반한 지리 정보의 전달매체라기 보다는 신문 속에 등장하는 여러 다양한 그래픽 요소의 하나로 취급하게 되었음을 의미한다.

넷째, 미디어 지도는 1960년대부터 1980년대까지 대체로 연간 200회 이하의 출현 빈도를 보이다가 1990대년에 접어들면서 연간 300회 이상으로 증가하였고, 1994년을 계기로 급격히 증가하게 된다. 이후 계속되던 증가세는 1998년 대폭 감소하게 되는데 이는 IMF 이후 신문지면이 대폭 줄면서 지도의 수도 함께 격감한데 그 원인이 있다. 1990년대 이후 신문 지면이 증가와 새로운 기술(CTS)의 도입 등으로 미디어 지도의 양적 성장이 있었던 것은 사실이나, 신문 지면 100면당 지도의 출현 빈도는 증가한 것이 아니라 1970년대에 비하면 오히려 줄어들었다. 이는 다른 그래픽 제작에 비해 비용과 시간이 많이 드는 미디어 지도 제작을 꺼려한 결과로 볼 수 있다.

다섯째, 1960년대와 1970년대 수작업에 의해 제작된 미디어 지도는 정보를 단순화시켜 표현하려 했고 가능한 한 지도학적 의미에 충실하면서도 회화적인 색채가 강한 특징을 보인다. 하지만 1990년대 미디어 지도에서는 기존의 지도 데이터와 막강한 컴퓨터 그래픽 소프트웨어의 편집 능력을 바탕으로 정보통신의 기술 혁신과 함께 획기적인 변화를 거치게 된다. 한편 미디어 지도의 크기는 30년만에 무려 2배 가까이 증가하였고, 후반으로 갈수록 단에 의해 규제받던 기존의 지도제작 관행에서 크게 벗어나 CTS 전자조판에 의해 다양한 크기와 형태의 지도가 출현하였다.

여섯째, CTS 편집에 따라 미디어 지도에 나타난 획기적인 변화를 보다 자세하게 분석한 결과, 지도와 함께 그래프, 사진 등을 합성한 복합적인 그래픽이 등장하지만, 이와는 반대로 미디어 지도가 단순화, 정형화되면서 비슷한 형태의 지도가 많이 실리게 되었고, 상당수의 지도는 개략도 정도의 수준에 머물고 말았다. 또한 지도의 형태가 극단적으로 왜곡되고 지도의 경계가 단순해졌으며, 컴퓨터 그래픽의 막강한 편집 능력 때문에 극단적으로 복잡한 지도가 등장하게 되었고, 마지막으로 입체지도와 병렬지도의 등장으로 미디어 지도가 단순화, 정형화되는 계기가 되었다. 화려한 그래픽으로 표현된 미디어 지도가 기본적인 지도학적 요구가 생략된 채 일방적으로 독자들에게 제공되는 경우, 지리 정보의 회화적 전달이라는 지도의 본질이 손상될 수 있다.

일곱째, 11,684개 전체 미디어 지도 중에서 통계지도는 3%에도 미치지 못하며, 출현 빈도는 도형표현도, 등치선도, 단계구분도, 유선도, 왜상지도, 점모도 순으로 나타난다. 각종 통계지도는 나름대로의 제

작 원칙이 있다. 단계구분도에서 계급수, 자료의 표준화 여부, 계급 구간의 구분, 색채배열 등을 적절하게 고려하지 않으면 전혀 다른 지도 정보가 제공될 수 있다. 한편 도형표현도 제작에서 가장 중요한 요소는 기호 선택의 적절성과 기호 크기의 정확성이다. 하지만 과연 이러한 것을 모두 고려하면서 일회성, 급박성, 대중성이라는 미디어 지도의 제작 한계를 극복할 수 있을지는 의문이다.