

사회면 기사 분석(1998년~2009년)을 통해 본 뉴스 미디어의 현실구성*

정일권**

이 연구는 지난 12년간(1998년에서 2009년) 국내 뉴스 미디어의 사회면 기사의 변화 추세와 뉴스 미디어 간의 차이를 분석하는 것을 목적으로 했다. 연구목적 달성을 위해 이 연구는 지난 12년간(1998년 1월에서 2009년 8월)의 사회면 기사 전체의 헤드라인을(n=53,765) 비교하여, 뉴스기사를 통해 드러나는 현실이 시간의 흐름에 따라 변화가 있는지를 조사했다. 그리고 신문과 방송이라는 매체적 특성 그리고 뉴스 미디어의 이념적 성향에 따른 차이를 비교해 보기 위해 국내 지상파 방송 3사에서 보도된 기사와 주요 7개 전국지에 게재된 기사의 헤드라인을 매체와 개별 뉴스 미디어의 두 수준에 걸쳐 비교했다. 분석 결과, 뉴스 미디어의 사회면 기사는 현실과 정권이라고 하는 요인에 의해 영향을 받으며 이 두 요인의 공통성으로 인해 뉴스 미디어간 다소의 유사성을 지니게 된다는 결론에 도달했다. 그러나 동일한 대상현실과 정권을 받아들이는 방향과 정도의 차이 때문에 뉴스 미디어 간에 차별화가 이뤄지며 이러한 차이는 사회면 기사의 주제 선택에 영향을 미치게 됨을 알 수 있었다.

주제어: 뉴스 미디어, 사회면 기사, 기사 주제, 게이트키퍼, 의제설정, 헤드라인

1. 서론

사람들이 인식하는 현실은 절대적인 것이 아니다. 자신이 세상을 바라보는 관점에 따라 인식되는 현실은 달라진다. 개인이 현실을 인식하기 위해 동원하는 정보와 방법은 자신의 선택에 의한 부분과 타인에 의해 제공된 부분으로 나뉘 볼 수 있다. 이 중에서 개인이 직접 경험하지 못하는 현실에 대한 인식의 방법과 정보는 매스 미디어에 대한 의존도가 높다. 매스 미디어가 제공하는 현실에 대한 다양한 정보 중 상당수는 뉴스보도 형태로 전달된다. 이러한 뉴스보도의 내용과 형식은 미디어별로 다르므로 동일한 세계에 대한 묘사일지라도 누가 기록자 혹은 전달자인가에 따라서 묘사된 현실의 모습은 다를 수밖에 없다. 또한 비록 차원이 조금 다르지만 동일한 정보라도 정보를 수용하는 사람에 따라 인식되는 세상의 모습은 다르다. 이와 같은 이유에서 우리가 흔히 이야기하는 현실이라는 것은 비록 추상적 수준에서는 하나의 실제일지라도 인식의 차원에서는 다양하게 존재할 수밖에 없다.

개인의 현실인식을 뉴스보도와와의 관계에 한정시켜 생각해 볼 때, 빌 코바치와 탐 로젠스틸(Kovach & Rosenstiel, 2001)의 <저널리즘의 기본요소>란 저서는 많은 시사점을 제공한다. 코바치와 로젠스틸은 저널리즘의 첫째 의무는 진실을 추구하는 일이라고 말한다. 그리고 그러한 진실 추구의 과정은 사실(fact)에 대한 검증의 철저함을 본질로 삼아야 한다고 주장한다. 다시 말하면, 기사가 해야 하는 일은 사실에 관한 정보를 수집하고 그 정보들의 사실성을 철저히 검증한 뒤, 조심스럽게 시민들에게 전달하는 작업이라는 뜻이다. 이러한 기사 작성 과정을 고려해보면, 만약 진실이 하나이고 모든 기자들이 동일한 기준과 절차로 진실을 추구한 후 기사를 작성한다면 동일한 사건을 다룬 모든 기사는

* 이 논문은 2009년 10월 16일 삼성언론재단에서 주관한 “2009 언론사 사회부장 세미나”에서 발표한 논문을 수정·보완하여 작성되었습니다.

** 광운대학교 미디어영상학부 조교수(jeongik@kw.ac.kr)

동일할 것이라 예상해 볼 수 있다. 그러나 실제로 뉴스 미디어에서 보도되는 현실은 여러 요인들(예, 사주와 편집인의 이념적 성향, 자본의 성격, 뉴스의 제작과정, 언론인의 가치관, 독자층, 광고주, 매체의 특성 등에 의해 영향을 받기 때문에 미디어별로 차이를 드러낸다(Chan & Lee, 1991; Donohue, Tichenor, & Olien, 1973). 이러한 차이에 대해서 언론학자들은 ‘뉴스 미디어에 의한 현실 왜곡’과 ‘미디어의 다양성 추구 결과’라는 상반된 해석을 내놓고 있다. 뉴스 미디어 간의 차이는 칼럼이나 사실과 같이 주관성이 가미된 기사 내용뿐만 아니라 스트레이트 기사에서도 정도의 차이는 있지만 일관되게 드러난다(예, 백선기, 1997; 윤영철, 1991; 정재철, 2004).

동일한 사건을 보도하는 과정에서 드러나는 뉴스 미디어 간의 차별성과 관련하여 베넷(Bennett, 1982)과 하틀리(Hartley, 1982) 등은 뉴스 미디어를 ‘사회현실의 규정자’로 정의하고 우리가 인식하는 현실은 뉴스 미디어가 규정하는 현실에 의해 영향 받는다고 주장한다. 이들의 주장에 따르면 현실이 뉴스에 반영되는 것이 아니라 뉴스 미디어가 사회적 상호작용을 통해 현실을 구성하고 그 결과를 뉴스라는 형식을 통해 드러내는 것이다(Berger & Luckmann, 1971). 따라서 뉴스 미디어별 차이는 현실이 왜곡된 결과가 아니라 구성된 현실의 차이로 해석될 수 있다.

뉴스 기사와 현실인식의 관계를 실증적으로 살펴본 대부분의 선행연구들이 비록 기사를 통해 구현되는 현실이 다양하다는 일관된 결과를 보고하고는 있지만 이러한 연구결과는 제한적으로 이해되어야 한다. 그것은 이러한 연구들이 주로 정치면 뉴스 혹은 특정한 시기의 특정한 사회적 갈등을 다룬 기사의 분석에 바탕을 둔 횡단연구(cross sectional study)에 한정되었기 때문이다(예외의 경우, 허철·박관우·김성태, 2009). 따라서 선행연구의 결과가 일상생활과 보다 친밀하게 관련되는 내용을 다루는 사회면 기사에서도 반복될지는 알 수 없다. 또한 이러한 언론의 현실구성의 다양성이 장기간에 걸쳐 지속적으로 드러나는 현상인지 특정 시기의 특정 사건에 한정된 현상인지도 판단할 수 없다. 이러한 한계점을 고려하여, 이 연구는 전체 사회면 뉴스 기사를 종단적으로(longitudinal) 분석하여 다양한 수준에서 뉴스 미디어들을 비교해 보고자 한다.

이 연구에서 특히 사회면 기사에 주목하는 이유는 세 가지다. 첫째는 사회면에서 드러나는 뉴스 미디어 간의 차이는 현실인식 혹은 구성에 있어서 미디어 간의 차별성에 대한 보다 확실한 증거가 될 수 있기 때문이다. 사회면 기사는 대체적으로 객관적 사실에 바탕을 두고 있다. 그리고 사회면 기사의 내용은 정치나 국제 뉴스와는 달리 보통의 사람들이 직접 경험할 가능성이 크고 따라서 뉴스 미디어가 자의적으로 현실을 해석하기 힘들다. 사회면 기사는 일반적으로 시의성, 갈등성, 영향성, 의외성, 저명성, 정보성 등의 기준에 따라 선별되므로 사람들은 사회면 기사가 그 사회의 가치관과 역동성, 독자의 정보 욕구 등을 고스란히 반영할 것으로 기대한다. 이러한 기대에 바탕을 두고 연구한다면 뉴스 미디어별로 공통적으로 드러나는 내용을 통해 특정 시대의 사회상을 조망해 볼 수 있을 것이다.

만약, 그럼에도 불구하고 뉴스 미디어 간의 차별성이 드러난다면 이는 뉴스 미디어의 고유한 속성 때문일 가능성이 크다. 뉴스 미디어는 회사별로 취재와 기사 작성의 과정과 기준이 다르다. 이러한 기사 작성 과정의 차이에 중점을 두고 연구한다면 시대적 상황과 독립적으로 존재하는 뉴스 미디어별 속성을 찾아낼 수 있을 것이다. 뉴스 미디어의 고유한 속성은 편집·편성, 구체적으로는 중요하고 흥미로운 기사를 어디에 배치하고 어떤 제목과 그래픽으로 독자들에게 소개할 것인가의 결정에서 뚜렷한 차이로 이어진다. 그리고 뉴스 미디어의 편집·편성은 다시 뉴스 미디어의 인력 구조, 기술 지원, 제작 시스템 등 내부적 요인 및 광고, 발행부수 혹은 시청률, 독자(혹은 시청자)의 이용행태,

언론이 처한 사회·문화적 환경 등 외부적 요인에 영향을 받는다. 또한 뉴스 미디어의 발생과 성장 등 역사적 배경이나 이념적 성향, 그리고 뉴스 미디어의 역할에 대한 독자의 기대에 따라라도 다른 양상으로 나타날 수 있다.

사회면 기사에 특별히 관심을 두는 두 번째 이유는 우리나라 뉴스 미디어의 뉴스내용 중 비중이 가장 큰 것이 사회면 기사이기 때문이다. 반현·홍원식(2009)은 방송뉴스를 정치/외교, 경제/기업/기술, 사회(범죄, 사고, 재난 보도 포함), 국제/세계, 북한/통일/군사, 문화(연예, 음악, 미술, 연극, 행사 등), 생활정보, 교육/학술, 그리고 기타(스포츠, 종교 등)로 분류했을 때, ‘사회’ 뉴스의 비율(약 34.9%)이 가장 높다고 보고하고 있다.

사회면 기사에 주목하는 세 번째 이유는 매체의 종별에 따른 기사의 차이 즉 영상매체와 인쇄매체의 차별성이 뚜렷하게 드러날 수 있는 분야이기 때문이다. 방송 뉴스는 영상 매체의 특성을 살려 시청자들에게 현실성과 사실성을 강조하며 신속한 그날의 사건·사고 등을 시청자들에게 전달해왔다. 한국언론재단이 1999년에 발간한 보고서에 따르면, 국내 방송사 메인 뉴스의 경우 한 회당 평균 29.3건의 아이টে임을 보도하고 각 아이টে임당 기사의 길이는 큰 차이가 없이 평균 81.4초간 방송된다. 또한 시각적 정보가 기자의 말이라는 텍스트와 동시에 전달된다. 그러나 신문사 기사는 기사가치에 따라 한 면을 다 채우기도 하고 100자 미만인 되기도 하는 등 기사의 양이라는 측면에서 보다 다양하다. 또한 시각적 정보인 사진과 기사가 별도로 제시된다. 이와 같이 신문과 방송이라는 매체의 고유한 속성에 따라 기사를 전달하는 방식이 다르며 이러한 차이는 매체별로 기사의 가치 판단 기준을 달리하는 원인이 되며 따라서 기사화할 정보의 선택에 영향을 미칠 것으로 예상된다.

사회면 기사가 가지는 이와 같은 속성에 주목하여 이 연구에서는 사회면 기사 주제의 분포를 비교·분석하여 다음의 두 가지 연구목적에 달성하고자 한다. 첫째는 뉴스 미디어가 시대의 변화와 조응하는 면을 뉴스 미디어들의 공통점에서 찾고자 한다. 둘째는 뉴스 미디어의 고유한 속성을 매체와 개별 뉴스 미디어라는 두 차원에서의 차이점에 대한 분석을 통해 찾아보고자 한다. 이러한 연구목적에 달성하고자 아래와 같은 방식으로 연구를 진행했다. 우선 뉴스 기사를 통해 드러나는 현실이 시간의 흐름에 따라 변화가 있는지를 조사하기 위해 지난 12년간(1998년 1월에서 2009년 8월)의 사회면 기사 전체의 헤드라인을 비교했다. 그리고 신문과 방송이라는 매체적 특성 그리고 뉴스 미디어의 이념적 성향에 따른 차이를 비교해 보기 위해 국내 지상파 방송 3사(KBS, MBC, SBS)에서 보도된 기사와 주요 7개 전국지(경향신문, 중앙일보, 한국일보, 서울신문, 한겨레신문, 조선일보, 동아일보)에 게재된 기사의 헤드라인을 매체의 종별과 동종 매체 내 개별 뉴스 미디어의 두 수준에 걸쳐 비교했다.

2. 선행 연구의 검토 및 이론적 배경

1) 뉴스 미디어의 유사성과 차별성이 구현되는 경로

뉴스 기사에서 다루는 정보의 사실성은 기자 직업윤리의 핵심 가치이며 실현가능한 목표다. 따라서 언론자유를 보장하는 대부분의 민주주의 국가에서 언론보도에 대한 법적 제재의 핵심 판단기준으로 작용하는 것을 당연시한다(송용희, 2005). 또한 정보를 추구하는 독자들의 알 권리를 충족시키는

것은 사회·문화적 배경과 무관하게 모든 저널리즘을 관통하는 기본적인 요소로 적용되고 있다. 이런 이유에서 언론에서 보도되는 기사들은 시의성, 의외성, 갈등성 등 기사가치(news value)의 판단 기준에 따라 뉴스 미디어별로 달리 선별되기는 하지만, 보도되는 내용은 모두 현실과 어느 정도 부합해야 한다. 따라서 현실에 바탕을 두는 기사작성의 사실성 원칙은 뉴스 미디어 간의 유사성을 이끌어 내는 동인이 된다. 왜냐하면 많은 뉴스 미디어가 현실이 객관적 실체로 존재한다고 믿으며 언론은 그 현실을 되도록 정확하게 반영해야 한다고 생각하기 때문이다. 이 원칙을 따르면, 최소한 주관성을 배제하는 환경감시 활동에서는 뉴스 미디어 간의 차이가 크게 날 수 없다. 한편 사회적 가치의 변화로 인해 뉴스 가치관이 바뀌게 된다면 선택되는 뉴스의 종류도 달라질 수 있다. 이러한 변화는 특정한 뉴스 미디어에 한정되지 않고 전체 뉴스 미디어에 걸친 변화가 될 것이기 때문에 특정한 시점에서의 뉴스 미디어간 횡단적 비교 연구에서는 드러나지 않는다. 이러한 변화는 동일한 뉴스 미디어의 과거와 현재를 비교하는 종단적 연구를 통해서만 밝힐 수 있다. 따라서 다수의 뉴스 미디어에 걸쳐 광범위하게 드러나는 차이는 시대적 변화 트렌드를 반영한 증거로 받아들일 수 있고 따라서 이러한 트렌드 분석을 통해 당시의 사람들이 지녔던 가치관이나 규범 등을 알 수 있다.

뉴스 미디어들의 공통성을 유도하는 사회적 현실의 존재에도 불구하고 앞 절에서 기술한 여러 요인들에 의해 뉴스 미디어들은 다양한 차원에서 차이를 드러내게 된다. 이러한 차이는 크게 뉴스의 선택과 뉴스내용의 구성 방식이라는 2가지 경로를 통해 실현된다. 뉴스의 선택이란 결국 무엇을 보도할 것인가의 문제고 뉴스 내용의 구성이란 어떻게 보도할 것인가의 문제라고 할 수 있다. 뉴스 보도 내용의 선택과 구성을 결정하는 과정과 요인에 관한 연구에서 이론적 틀로서 자주 언급되는 것은 게이트키퍼(gatekeeping)와 의제설정 기능(agenda setting function)을 들 수 있고, 뉴스내용의 구성과 관련이 깊은 이론적 논의로는 미디어 프레임(media frame)을 들 수 있다. 이 연구는 뉴스 미디어의 유사성과 차별성을 구가하는 기제로서 뉴스 보도 내용의 선택에 초점을 맞추고 있기 때문에 게이트키퍼와 미디어의 의제설정 기능에 대해서만 아래에서 살펴보기로 하겠다.

(1) 게이트키퍼(gate-keeping)

게이트키퍼(gate-keeping)은 매스 미디어 조직 내부의 뉴스편집이라고도 할 수 있는 기사선택 과정을 말하며, 언론 보도의 자율성과 공정성을 가늠하는 중요한 기준이 되어 왔다(Donohue et al., 1973). 그동안 게이트키퍼 과정에 영향을 미치는 여러 요인들이 이론과 실증적 검증을 통해 제시되어 왔다. 이 요인들은 크게 외적 통제요인과 내적 통제요인으로 나눌 수 있다(권혁남, 2002). 뉴스 미디어 외적인 통제요인에는 정치적, 경제적, 사회적 환경을 들 수 있고, 뉴스 미디어 내적인 통제요인으로는 뉴스 미디어의 성격, 규모, 인적구성, 조직문화 등과 개별 언론인의 가치관과 취재관행을 들 수 있다(Tuchman, 1978). 일반적으로 정치적 민주화 수준이 높아질수록 외적 통제요인의 영향력은 완화되고 내적 통제요인의 영향력은 오히려 강화되는 경향이 있다(Chan & Lee, 1991).

한편, 게이트키퍼 과정에 영향을 미치는 요인을 개인적 차원, 조직적 차원, 사회환경적 차원으로 나누기도 하는데(윤영철, 1991; Chan & Lee, 1991), 중요한 것은 이러한 요인들이 서로 다른 범주에 속할지라도 각각 이질적이거나 독립적인 것이 아니라는 점이다(권혁남, 2002; Gitlin, 1980; Tuchman, 1978). 뉴스 미디어에 근무하는 기자 개개인은 개인인 동시에 조직의 일원으로서 조직체의 구성원이고, 뉴스 미디어 조직도 전체사회의 틀 속에서 하부구조 또는 제도로 작용하고 있다. 어떠한 제도의 특성도

전체 사회조직의 진공 상태에서 발생할 수 없는 것처럼 사회적 환경과 수용자의 가치관이 자연스럽게 게이트키퍼 과정에 영향을 미치게 된다. 따라서 뉴스 미디어에서 다루는 내용은 사회적 현실과 게이트키퍼 과정에 영향을 미치는 다양한 요인의 상호작용의 결과로 이해해야 한다(Tuchman, 1978).

한편, 게이트키퍼 과정은 미디어마다 요구되는 인지활동의 차이로 인해 매체의 종별에도 영향을 받는다. 예컨대, 인쇄매체는 분석적 인지와 연관이 있고, 방송은 감정적 반응과 연관된다(Weinstein, Appel, & Weinstein, 1980). 여기에서 감정적 반응이란 행복, 슬픔, 두려움, 분노, 놀라움 등을 의미하며 방송은 이러한 감정을 표현하고 전달하는 데 상대적으로 유리한 매체다. 그리고 방송은 내러티브에 기반을 두고 플롯이나 주제를 강조하기 때문에 이용자의 인지적 노력과 능동성을 크게 요구하지 않는다(홍선경, 2006). 따라서 깊이 생각하지 않고도 습득할 수 있는 정보를 얻고자 할 때 선택될 가능성이 높은 매체다. 이에 반해, 분석적 인지(knowledge by description)는 데이터해석이나 현상판단을 수반한 인지활동을 의미하며 인쇄매체는 이러한 분석적 인지가 요구되는 정보를 전달하는 데 상대적으로 유리한 매체다(Weinstein et al., 1980). 따라서 주변의 다른 사람에 비해 보다 많은 고품질의 정보를 얻고자 하는 사람들이 인쇄매체를 선택할 가능성이 높다.

인지적 처리 과정의 차이가 뉴스 미디어 주제 선정에 영향을 주고 있음은 이미 몇몇 사례에서 분명히 드러나고 있다. 예를 들어, 방송 뉴스보도의 경우 재난과 관련된 충격적이고 선정적인 영상을 자주 사용하고 있으며 사망, 부상, 아비규환의 장면이 반복적으로 노출되는 경우가 많다(Singer & Endreny, 1993/2003). 이와 같이 방송 뉴스에서는 감정을 인지적 노력 없이 전달할 수 있는 영상이 제공될 수 있는 정보나 사건이 뉴스화(化)될 가능성이 크다. 한국방송영상산업진흥원 뉴스워치 보도 자료에 의하면, ‘대구 지하철 화재 참사 뉴스 보도’(2003.3.18), ‘태풍 매미 관련 TV 뉴스 보도’(2003.9.19), ‘김선일씨 피랍 관련 초기 TV 뉴스 보도’(2004.7.29)에서 선정적인 영상과 필요 이상으로 흥분하거나 긴장하는 기자의 모습이 커다란 문제점으로 지적되었다. 이 경우 동일한 내용을 신문 등의 인쇄미디어를 통해 접한 수용자보다는 영상매체를 통해 접한 수용자들이 보다 비관적으로 현실을 인식하게 되는 것이다. 이것은 동일한 내용의 뉴스라고 하더라도 인쇄 문자, 소리, 영상 등 서로 다른 표현물에 대해 수용자가 주목하는 집중도가 다르기 때문이다. 수용자에 대한 영향력의 차이 때문에 게이트키퍼의 결과 즉 보도되는 기사의 분포는 매체의 종별로 달라질 수밖에 없다.

한편 체계적이고 분석적인 정보의 획득과 전달이라는 차원에서는 영상매체보다는 문자매체의 영향력이 더 큰 것으로 보고되었다. 디프로워 등(Defleur, Davenport, Cronin, 1992)은 식사, 집안 일, 운전 등 상황적 간섭 요인(factors of contextual interference)을 통제된 실험실 상황에서 신문, 컴퓨터 뉴스, TV, 라디오 등 4개 매체가 전달하는 뉴스를 수용자가 얼마나 회상(recall)하는지를 분석했다. 분석 결과 신문과 컴퓨터 뉴스를 읽은 수용자가 TV나 라디오를 들은 수용자보다 뉴스와 관련된 정보를 더 많이 회상하였다. 컴퓨터 뉴스도 인쇄 신문처럼 문자를 통해 정보를 전달하므로 수용자가 방송매체 보다는 인쇄 매체와 유사하게 정보를 처리할 가능성이 높은 점을 생각하면 쉽게 이해할 수 있는 결과다. 이런 연구결과를 고려해 보면 정보적 성격이 짙은 내용을 다룬 기사가 선택되는 비중이 매체의 종별로 차이가 날 것으로 예상된다.

(2) 의제설정 기능(agenda setting function)

게이트키퍼와 의제설정 기능은 뉴스가 되는 정보의 선택에 관한 접근법이라는 공통점을 지니지만, 게이트키퍼가 일어난 사건의 뉴스가치, 즉 선택 기준의 선정과 적용에 중점을 두는 반면에 의제설정은 상대적으로 미디어 종사자 혹은 미디어 조직의 사회적 역할을 보다 중요시한다는 점에서 차이가 있다. 번나드 코헨은 <언론과 외교정책 (Press and Foreign Policy)>에서 세상을 바라볼 수 있는 창을 어떠한 크기로 어느 방향으로 만드는데 따라 사람들이 인식하는 현실의 모습은 달라지며 오늘날 그러한 인식의 창 역할을 하는 것이 매스미디어라고 주장했다(Cohen, 1963). 이와 같이 현실을 구성하는 다양한 요소 중에 특정한 요소를 보거나 생각하도록 이끄는 기능이 매스미디어의 의제설정 기능이다. 매스 미디어는 의제설정 기능을 통해 사회 구성원들이 특정한 사안을 다른 사안에 비해 보다 중요하게 인식하도록 할 수 있다. 이러한 매스미디어의 의제설정 기능은 수많은 실증연구에서 지지되었고(예, 이진호, 2007), 최근에는 온라인 신문의 내용분석을 통해서도 확인되고 있다(조수선·김유정, 2004).

미디어가 의제설정 기능을 가장 적극적으로 활용한 경우는 탐사보도(investigative journalism)라고 할 수 있다. 탐사보도란 부정, 비리와 관련된 특정 사회문제를 일정기간 동안 심층적으로 조사해 폭로하는 보도형태로 규정할 수 있다(Anderson & Benjaminson, 1976). 국내 언론계에서는 여기에 덧붙여 사회개혁 의지를 탐사보도의 중요한 요건으로 간주한다(심재철·이경숙, 1999). 즉 언론은 탐사보도를 통해 권력을 감시하고 공공이익을 수호하며 민주사회에서 ‘제4부’로서 사회적 의무를 충실히 수행할 수 있다고 본다. 탐사보도에 대한 이러한 인식은 정부에 대한 견제를 통해 공공이익이 보호되는 견제와 균형의 정치관에 기초한다(Glasser & Ettema, 1989). 따라서 이러한 권력의 감시자로서의 역할을 얼마나 중시하는가에 따라 기사 주제의 분포가 달라질 수 있다.

의제설정 기능과 관련해서 한 가지 유의해야 할 점은 이러한 기능이 수용자의 속성과 수용자가 느끼는 기사와의 친숙함에 의해서 조절될 수 있다는 점이다. 언론학자들은 이러한 조절기능의 원인을 수용자의 정향(orientation)욕구에서 찾았다. 정향욕구는 개인이 얼마나 미디어에서 특정 주제에 대해 정보를 찾으려 하는지에 대한 경향성을 의미한다(Weaver, 1980). 개인의 정향욕구는 관련성(relevance)과 불확실성(uncertainty) 등 두 가지 하위 차원으로 정의될 수 있으며 정향욕구가 높은 개인일수록 적극적인 정보추구 성향을 띠기 때문에 미디어의 의제에 영향을 받을 가능성이 높다(조수선·김유정, 2004; Weaver, 1980; McCombs & Weaver, 1985). 그리고 수용자들이 잘 아는 내용보다는 잘 모르는 내용을 전할 때 의제설정 기능이 강화되어 미디어의 현실구성 영향력이 커진다. 즉 친숙한 내용보다는 잘 모르는 내용을 다룬 기사가 뉴스 미디어에 등장할 때 그 주제를 사회적으로 중요한 주제로 받아들일 가능성이 더 커진다(McCombs & Weaver, 1985).

2) 뉴스 미디어의 현실구성 과정에 영향을 미치는 요인

뉴스 미디어는 게이트키퍼 혹은 의제선정 기능을 수행하여 특정한 정보와 사건을 선택적으로 보도한다. 이러한 뉴스기사 주제의 선택을 통해서 뉴스 미디어는 현실구성에 영향을 미치는데 이러한 과정에 영향을 미치는 요인들을 네 개의 범주로 나눠 보다 구체적으로 살펴보기로 하겠다.

첫째는 권력구조와 자본축적의 논리로 대표되는 사회구조다. 언론의 자유란 항상 권력이 허용하는 범위 내에서만 가능하며, 뉴스의 객관성에 대한 판단도 이 범위 내에서만 의미를 지닌다(윤영철,

1991; Gitlin, 1980). 즉 뉴스 미디어가 권력구조에서 차지하는 위치에 따라 현실의 인지, 이해, 구성이 차이를 보이게 된다. 권력구조가 변하면 언론의 현실구성의 방식과 과정이 변한다는 점은 경험적 연구에서 확인되었다. 윤영철(1992)은 국내 4개 일간지의 내용을 분석하여 보수적 정권에서 진보적 정권으로 권력구조가 바뀐 후 뉴스보도의 주제와 논조가 보다 다양해졌다고 보고하고 있다.

뉴스주제의 선정은 언론기업의 경제적 토대에도 영향을 받는다. 즉 이윤추구 동기에 입각한 뉴스 미디어 소유주와 주주의 개입과 자본축적의 논리에 따라 뉴스보도를 통해 구성되는 현실이 달라진다(Chan & Lee, 1991). 박정순(1992)에 따르면 중앙일보와 한겨레신문의 재벌에 대한 기사의 주제와 구성 방식(media frame)은 뚜렷하게 구분되는데 이런 차이는 두 신문 소유자의 특성 즉 자본의 성격 차이로 설명될 수 있다. 또한, 종교집단이나 국가와 같이 소유자의 성향이 뚜렷한 경우(예, 세계일보와 서울신문) 주제의 선정과 내용 구성상의 특이성이 보다 분명히 드러난다(윤영철, 1991).

둘째, 신문사 조직과 편집방향도 뉴스의 선택과 구성 그리고 보도의 형식 등 뉴스 제작 전반에 걸쳐 영향을 미친다. 미시적인 수준에서 언론인들의 가치관, 태도, 인식구조에 초점을 맞추는 학자들은 뉴스가 선택·편향·왜곡되는 과정에서 언론인들의 가치판단이 개입되는 점에 주목한다(Donohue, 1967; Sinder, 1967). 그러나 엄밀한 의미에서 뉴스란 기자들의 독자적인 선택에 의해 만들어지는 것이 아니라, 취재원, 기자, 편집담당자 등 뉴스생산 활동에 참여하는 모든 행위자들의 상호작용을 통해 만들어 낸 합작품이기 때문에 기자 개인의 가치 성향이 보도성향에 미치는 영향은 제한적일 수밖에 없다(송용회, 2005). 신문사의 구성원 각자는 이념적, 계급적, 정치적 성향을 지니며 조직원간의 상호작용을 통해 고유의 규칙과 문화를 만들어낸다(Hall, 1977). 그리고 취재원과 독자와 같은 뉴스 미디어 조직 밖의 사람들과 상호작용을 할 때 이러한 규칙과 문화가 바탕이 된다(Chan & Lee, 1991). 이와 같은 뉴스 미디어 내외부에 걸친 이중적 상호작용이 정형화된 뉴스 취재 및 편집방향의 토대와 게이트키퍼의 기준을 만든다(Chan & Lee, 1991).

셋째, 취재원도 뉴스보도에 영향을 미친다. 오늘날 우리나라 뉴스 미디어의 취재문화 중 가장 광범위하게 통용되는 부분은 '객관성 추구'라고 할 수 있다. 국내·외 여러 학자들은 뉴스 미디어에게서 객관성 추구는 선택의 문제가 아니라 하나의 직업규범이라고 본다(송용회, 2005; Gans, 1980; Tuchman, 1978). 그리고 객관성은 짧은 시간 내에 실체적 진실을 밝혀내기 어려운 기자들에게는 명예훼손 소송이나 주위의 비판을 피하기 위한 수단이기도 하다(Tuchman, 1978). 따라서 뉴스 미디어는 가능한 많은 사실(fact)의 나열, 복수 취재원과의 인터뷰, 인용부호의 사용, 그리고 상반된 의견제시 등을 통해 객관성을 구현한다(송용회, 2005). 객관보도의 원칙이 충실히 지켜지는 한 언론보도의 인식들은 어떠한 성향의 취재원을 이용하느냐에 따라 크게 영향을 받는다(윤영철, 1991; Tuchman, 1978). 따라서 단수보다는 복수의 취재원이 확보된 경우가 기사화될 가능성이 크고 갈등 사안의 경우 양 진영을 각각 대표할 수 있는 취재원이 확보되었을 때 비로소 기사화되는 경우가 많다. 역으로 생각해 보면 대표성과 높은 신뢰감을 주는 취재원이 확보되지 않은 경우 사건 자체의 높은 뉴스 가치에도 불구하고 보도되지 않을 가능성이 크다.

마지막으로 들 수 있는 뉴스보도에 영향을 미치는 요인들은 뉴스를 소비하는 독자들이다. 신문사의 입장에서는 경영상 이익과 정치적 영향력을 확대하기 위해서는 독자의 층을 넓히는 것이 대단히 중요하다. 따라서 독자들이 읽고 보기 원하는 정보와 사건(what they want)을 다룬 기사의 필요성이 크다. 그러나 뉴스 미디어의 사회적 기능을 고려해 볼 때 독자들이 필요한 정보(what they need)를

제공하는 것 역시 중요하다. 그런데 독자가 원하는 기사와 독자에게 필요한 기사는 비록 서로 밀접하게 관련되지만 일치하지는 않는다. 오히려 때로는 이 둘이 서로 상충되기도 한다. 따라서 두 가지 중 어느 것에 더 중심을 두는가에 따라 개별 뉴스 미디어들이 실제로 보도하는 기사는 달라질 수 있다(정일권·조윤경·정희영, 2007).

뉴스보도에 영향을 주는 요인들의 범주화에 대하여 한 가지 주의할 점은 각기 다른 범주에 속한 요인들이 독립적으로 뉴스보도에 영향을 미치는 것은 아니라는 점이다. 위에서 언급한 변인들은 단독으로 영향을 미치는 경우보다는 다른 변인들과의 상호관계 속에서 영향을 행사하는 경우가 훨씬 많다. 예를 들어, 신문사가 취재원을 선택하고 취재하는 과정에서는 독자의 요구, 광고주의 요구, 뉴스 미디어의 취재관행 등이 직·간접적으로 영향을 주고받는다. 기사는 익숙한 취재관행 또는 조직의 요구와 사회적 필요에 따라 특정 취재원을 선택적으로 접촉하고 이들로부터 입수한 정보를 선별하여 기사화한다. 또한 신문사 조직으로부터 상업적 요구에 직면한 기자들은 독자들이 원하는 취재원이 누구인지에 맞춰 취재하게 될 것이다. 즉 상품(뉴스보도)의 가치를 높이는 수단으로서 소비자(독자)들이 선호하는 취재원을 이용할 수 있고 이 과정에서 발생하는 뉴스 미디어 간의 취재원 차이는 결과적으로 보도되는 뉴스의 주제와 내용의 차이로 이어진다. 예를 들어, 대북문제와 관련하여 조선일보 보 보수적 독자들이 선호하는 군사전문가의 의견을 듣고자 할 수 있고 한겨레신문은 진보적 독자들을 위하여 통일운동단체를 취재원으로 뉴스를 보도할 수 있을 것이다.

3. 연구문제

선행연구에 대한 논의를 정리해 보면, 뉴스 미디어가 제시하는 현실의 모습은 사회적 현실과 매체의 중별(방송 대 신문)에 따라 차이가 난다. 그리고 동종 매체 내에서의(즉 방송시간 혹은 신문사간) 차이의 정도는 주제에 따라 달라져 왔다. 선행연구 결과를 바탕으로 이 연구에서는 뉴스 기사 중에서 현실을 인식하는데 가장 많은 정보를 제공하는 사회면 기사의 분석을 통해 현실구성에서의 뉴스 미디어 간의 유사성과 차이점을 규명하고자 했다. 이를 위해 장기간에 걸친 보도 내용을 비교한 후, 뉴스 미디어 간의 유사성과 차이를 시기와 뉴스 미디어의 중별이라는 두 가지 변인을 중심으로 살펴보았다. 자료의 수집과 분석을 위한 지침으로서 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제1: 시기별로 사회면 기사 주제 선택에 차이가 있는가?

연구문제2: 매체의 중별에 따라 사회면 기사 주제의 선택에 차이가 있는가?

연구문제3: 동종 매체내(방송 또는 신문) 개별 뉴스 미디어 간에 사회면 기사 주제의 선택에 차이가 있는가?

연구문제4: 뉴스 미디어별 사회면 기사 주제 선택의 차이는 시기에 따라 종류와 정도가 달라지는가?

4. 연구방법

1) 분석대상

전체 분석 기간 12년 동안 방송 3사(KBS, MBC, SBS)의 저녁 메인뉴스와 주요 7개 전국지(경향신문, 중앙일보, 한국일보, 서울신문, 한겨레신문, 조선일보, 동아일보)의 사회면 기사를 각 뉴스 미디어의 홈페이지와 종합뉴스 데이터베이스 사이트인 ‘카인즈(<http://www.kinds.or.kr>)’를 통해 월별, 요일별로 구성 주(constructed weeks) 표본을 추출하였다. 카인즈에서는 전국종합일간신문 중 총 열 개 신문기사의 데이터베이스가 구축되어 있었다. 연구 기간과 연구 인력의 한계를 고려해 볼 때 모든 신문을 분석할 수는 없다고 판단하여 이 중에서 종교적 색채가 강하거나 구독률이 낮은 것이라고 판단된 국민일보, 내일신문, 문화일보, 세계일보, 아시아투데이는 분석에서 제외했다. 그리고 구독률이 높지만 카인즈 데이터 베이스에서는 기사가 제공되지 않는 조선일보와 중앙일보를 추가하였다.

분석대상 뉴스 기사 자료가 오래되어 온라인으로 자료를 구할 수 없는 경우는 직접 뉴스 미디어를 방문하여 내부협조를 통해 관련 자료를 수집했다. 그리고 분석기간은 현(現) 이명박 정권과 앞선 두 정권의 기사를 비교해 보기 위해 김대중 정권이 시작된 1998년을 출발시점으로 하고 연구 시작 직전을 종결시점으로 정했다. 그런데 기사의 시기별 분포를 년(年) 단위로 하였기 때문에 기사수집이 가능했던 1998년은 김대중 대통령의 취임 이전 기간까지 포함하여 최종적으로 1998년 1월 1일부터 2009년 8월 24일을 분석기간으로 선정했다. 표집대상 날짜 중, 기사가 자료화되지 못한 날이 있는데 대부분 기사를 발행하지 않았던 명절 연휴 등의 기간이거나, 데이터를 구축할 수 없었던 특별한 날(예를 들어 창사 기념일)이었다. 이렇게 1차적으로 수집된 기사 중에서 사회면 기사로 적합하지 않다고 판단한 기사들 예를 들어, 여야 정치권 기사, 법안 통과 등 국회관련 기사, 대통령 동정기사, 외교 사안에 관한 기사, 국제 뉴스, 북한 혹은 대북 정책 관련 기사, 경제 기사, 증시 소식, 간추린 뉴스, 일상적인 날씨, 문화행사 안내 기사, 예술인 대담 등의 기사는 분석에서 제외했다. 이렇게 해서 최종적으로 분석된 기사의 헤드라인은 총 53,765개였다.

분석대상을 뉴스의 내용이 아닌 헤드라인에 한정된 이유는 무엇보다도 자료의 방대함으로 인해 뉴스 내용에 대한 심층적 분석이 현실적으로 불가능했기 때문이다. 이러한 상황에서 비교적 간단한 검토를 통해 뉴스의 주제를 분류할 수 있는 방법이 헤드라인 조사라고 판단했다. 물론 모든 기사의 주제가 헤드라인과 일치하는 것은 아니다. 또한 헤드라인만으로는 기사의 주제나 내용을 유추할 수 없는 경우도 있다. 그러나 편집자들이 뉴스의 내용을 보고 그 내용을 가장 간명하게 표명하도록 명명한 것이 헤드라인이기 때문에 일반적으로 뉴스의 핵심은 헤드라인에 드러난다(Kovach & Rosenstiel, 2001). 또한 현대인은 ‘제목 독자’라고 불릴 정도로 기사보다 제목에서 기사의 핵심을 발췌해서 소비하는 경향이 많다(송용희, 2005). 따라서 헤드라인의 성격과 처리 방식은 뉴스의 주요 구성 요소이고, 이를 대상으로 한 분석은 뉴스 내용 전체에 대한 분석만큼 정확하지는 않을지라도 어느 정도의 의미를 지닌다고 평가할 수 있다.

분석대상 기사의 연도별 분포는 <표 1>과 같다. 분포의 특성을 보면, 2003년을 기준으로 이전까지는 전체 기사 수가 증가일로에 있다가 이후로 점점 줄어드는 추세다. 방송뉴스와 신문 뉴스를 구분해서 살펴보면 우선, 방송사의 경우 SBS가 MBC에 비해 기사 건수로 약 1.25배 많았다. 이것은 SBS가

다른 방송사에 비해 사회면 기사에 더 많은 시간을 할당한 결과일 수도 있고 할당시간의 측면에서는 차이가 없지만 기사당 할당 시간이 짧았기 때문일 수도 있다. 한편, 신문사의 경우는 기사수가 가장 많은 한국일보가 가장 작은 중앙일보에 비해 약 1.4배 많았다. 그 다음으로 사회면 기사를 많이 실은 신문은 동아일보였다. 신문사의 경우 사회면의 할당된 면수가 거의 같다는 점을 고려하면 한국일보와 동아일보가 다른 신문에 비해 사회면에 실린 개별기사의 길이가 짧았다고 할 수 있다.

<표 1> 분석기사의 뉴스 미디어와 연도별 분포

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	전체
방 송 사	MBC	413 9.7%	434 10.2%	340 8.0%	341 8.0%	397 9.3%	420 9.9%	472 11.1%	398 9.3%	381 8.9%	236 5.5%	225 5.3%	204 4.8%	4261 100%
	KBS	571 12.8%	500 11.2%	465 10.5%	567 12.8%	432 9.7%	427 9.6%	343 7.7%	261 5.9%	257 5.8%	209 4.7%	206 4.6%	209 4.7%	4447 100%
	SBS	435 8.2%	578 10.8%	428 8.0%	461 8.6%	476 8.9%	563 10.6%	449 8.4%	470 8.8%	449 8.4%	354 6.6%	380 7.1%	290 5.4%	5333 100%
신 문 사	한국	620 9.4%	587 8.9%	562 8.5%	621 9.4%	598 9.1%	635 9.6%	571 8.6%	633 9.6%	483 7.3%	478 7.2%	489 7.4%	325 4.9%	6602 100%
	경향	488 8.6%	519 9.1%	518 9.1%	488 8.6%	607 10.7%	626 11.0%	495 8.7%	494 8.7%	420 7.4%	358 6.3%	378 6.7%	281 5.0%	5672 100%
	중앙	297 6.2%	378 7.9%	441 9.2%	366 7.6%	353 7.4%	521 10.9%	497 10.4%	427 8.9%	457 9.5%	408 8.5%	373 7.8%	270 5.6%	4788 100%
	서울	579 9.9%	410 7.0%	475 8.1%	468 8.0%	569 9.7%	512 8.7%	466 7.9%	494 8.4%	587 10.0%	497 8.5%	479 8.2%	335 5.7%	5871 100%
	한겨레	658 12.7%	622 12.0%	463 8.9%	545 10.5%	478 9.2%	448 8.6%	433 8.4%	365 7.0%	292 5.6%	299 5.8%	371 7.2%	207 4.0%	5181 100%
	동아	573 8.9%	521 8.1%	478 7.5%	559 8.7%	553 8.6%	1244 19.4%	625 9.7%	397 6.2%	355 5.5%	357 5.6%	458 7.1%	295 4.6%	6415 100%
	조선	534 10.3%	567 10.9%	485 9.3%	462 8.9%	531 10.2%	427 8.2%	392 7.5%	284 5.5%	320 6.2%	456 8.8%	452 8.7%	285 5.5%	5195 100%
	전체	5168 9.6%	5116 9.5%	4655 8.7%	4878 9.1%	4994 9.3%	5823 10.8%	4743 8.8%	4223 7.9%	4001 7.4%	3652 6.8%	3811 7.1%	2701 5.0%	53765 100%

*단 2009년은 1월~8월까지 보도된 기사임

2) 분석유목: 기사 헤드라인의 분류

추출된 기사의 헤드라인 분류를 위해 약 20%의 기사를 예비적으로 분석하여 다음과 같이 10개의 유목을 귀납적으로 추출했다. 그리고 아래와 같이 구체적 지침에 따라 4명의 학생들이 헤드라인의 주제를 분류하여 코딩했다.

- (1) 경찰: 사건/사고, 범죄, 범죄자 등
- (2) 법조: 판결/법정, 소송, 사법행정절차 등
- (3) 관급기사: 중앙정부 혹은 지방정부의 행정행위나 행정의도에 대한 기사. 즉, 제도, 법제의 시행, 공공건설, 공공 캠페인, 시설 공사 및 확충, 행정 서비스 절차 안내 등
- (4) 인간사: 미담, 괴이한 일, 사회 봉사자 혹은 단체 등의 활동 내역, 특별한 사람이나 사람들의 모임에 대한 기사.
- (5) 고발/폭로: 사회 비리에 대한 보도 사법 처리 혹은 경찰 개입 이전의 내용을 다룬 기사
- (6) 사회변화: 새로운 문화적 흐름, 문화, 과학기술 혹은 일상생활의 변화 등에 대한 기사. 예를 들면, 된장녀의 등장, 유행하는 패션이나 헤어스타일, 테크놀로지에 대한 것들, 새로운 약품과 치료기술, 새로운 기계와 도구의 소개, 컴퓨터 바이러스 등
- (7) 사회적 갈등: 시위, 노사갈등, 지역간 갈등, 종교 집단간(내) 갈등 등
- (8) 일상생활 정보: 입시, 교육에 관한 정보, 합리적인 소비를 위한 정보, 일반적 건강관리 정보 그리고 관광, 레저, 여가활동과 관련된 기사
- (9) 재해: 일상 날씨가 아닌 지진, 가뭄, 해일, 폭풍, 홍수, 생물에 의한 위해(危害) 등 자연계에 의한 생활의 피해에 관한 기사
- (10) 기타/불명확: 구분이 모호한 기사

5. 연구 결과

1) 사회면 기사의 연도별 분포 분석

사회면 기사의 헤드라인을 10개의 유목으로 나눈 결과를 연도별로 비교해 보면 <표 2>와 같은데 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다($\chi^2=1685.72$, $d.f.=99$, $p<.001$). 기사의 게재시기에 따른 차이는 조사기간을 1년 단위로 나눠서 비교하는 것보다는 정권에 따라 나눠 분석했을 때 보다 명확히 드러났다. 조사기간 12년은 김대중 정권 시기(1998~2002), 노무현 정권 시기(2003~2007), 그리고 이명박 정권 시기(2008~2009)로 나뉜다. 이를 바탕으로 연도별 차이를 보면 우선, 관급 기사의 경우 노무현 정권 때가 다른 정권 때에 비해 약 2% 높았다. 이는 다른 정권에 비해 국가 기관의 활동에 관한 정보를 보다 적극적으로 개방하고 홍보한 결과로 보인다. 예를 들어, 노무현 정부는 2003년부터 정부 기관의 기자실을 모든 언론기관에게 개방하고 개방형 브리핑제를 도입했다. 이러한 제도적 개편을 통해 노무현 정부는 정치적으로 언론과 다소 덜 친밀하게 보였음에도 불구하고 국정관련 정보를 언론에 충실히 알려왔고 뉴스 미디어도 이에 상당부분 호응했었다고 해석할 수 있다. 한편 인간사 관련 기사는 김대중 정권에서 다소 높는데 이는 IMF 환란 극복 과정에서의 고통 받는 서민의 모습과 고통 극복의 미담 기사를 많이 다뤘기 때문으로 보인다.

<표 2> 보도된 기사 주제의 연도별 분포(n=53,765)

	경찰	법조	관급 기사	인간사	고발/ 폭로	사회 변화	일상생활 정보	사회적 갈등	재해	기타/ 불명확	전체
1998	1215 23.5%	388 7.5%	464 9.0%	537 10.4%	739 14.3%	319 6.2%	746 14.4%	271 5.2%	116 2.2%	373 7.2%	5168 100%
1999	1553 30.4%	420 8.2%	340 6.6%	481 9.4%	727 14.2%	249 4.9%	684 13.4%	317 6.2%	94 1.8%	251 4.9%	5116 100%
2000	1052 22.6%	433 9.3%	330 7.1%	463 9.9%	640 13.7%	400 8.6%	782 16.8%	333 7.2%	57 1.2%	165 3.5%	4655 100%
2001	1110 22.8%	561 11.5%	297 6.1%	431 8.8%	820 16.8%	407 8.3%	782 16.0%	290 5.9%	81 1.7%	99 2.0%	4878 100%
2002	1437 28.8%	501 10.0%	363 7.3%	378 7.6%	703 14.1%	372 7.4%	731 14.6%	284 5.7%	112 2.2%	113 2.3%	4994 100%
2003	2030 34.9%	545 9.4%	501 8.6%	384 6.6%	706 12.1%	322 5.5%	574 9.9%	528 9.1%	100 1.7%	133 2.3%	5823 100%
2004	1546 32.6%	534 11.3%	437 9.2%	333 7.0%	513 10.8%	348 7.3%	591 12.5%	266 5.6%	75 1.6%	100 2.1%	4743 100%
2005	1307 30.9%	381 9.0%	410 9.7%	349 8.3%	475 11.2%	291 6.9%	524 12.4%	288 6.8%	79 1.9%	119 2.8%	4223 100%
2006	1124 28.1%	326 8.1%	396 9.9%	407 10.2%	499 12.5%	299 7.5%	502 12.5%	226 5.6%	97 2.4%	125 3.1%	4001 100%
2007	1133 31.0%	364 10.0%	246 6.7%	302 8.3%	540 14.8%	254 7.0%	461 12.6%	210 5.8%	48 1.3%	94 2.6%	3652 100%
2008	1392 36.5%	363 9.5%	259 6.8%	180 4.7%	539 14.1%	226 5.9%	382 10.0%	303 8.0%	51 1.3%	116 3.0%	3811 100%
2009	884 32.7%	292 10.8%	167 6.2%	219 8.1%	301 11.1%	220 8.1%	263 9.7%	169 6.3%	80 3.0%	106 3.9%	2701 100%
전체	15783 29.4%	5108 9.5%	4210 7.8%	4464 8.3%	7202 13.4%	3707 6.9%	7022 13.1%	3485 6.5%	990 1.8%	1794 3.3%	53765 100%

$\chi^2=1685.72$, d.f.=99, $p<.001$

* 단, 2009년은 1월~8월까지 보도된 기사임

다음으로 눈에 띄는 차이는 고발/폭로 기사의 분포에서 볼 수 있다. 다른 기간에 비해 고발/폭로 기사가 많은 기간은 1998~2002년 즉, 김대중 정권기와 2007~2008년을 들 수 있다. 김대중 정권은 IMF 환란 극복을 주요 국정 과제로 내세운 정권이었던 관계로 정치 영역뿐만 아니라 사회 전 분야에서 개혁과 혁신이 중심 의제로 받아들여졌던 기간이라고 할 수 있다. 따라서 변화를 위한 전단계로서 사회 문제에 대한 고발/폭로 기사가 많았다고 할 수 있다. 그리고 2007년~2008년의 고발/폭로 기사의 증가는 수직적 정권 교체 즉 여당과 야당사이의 정권 교체가 원인일 가능성이 높다. 즉 새로운 정권이 새로운 의제를 제안하고 이를 추진할 수 있는 동력을 얻기 위해 전(前) 정권에서의 문제점에 대한 고발/폭로 관련 기사가 증가했을 가능성이 크다. 이것은 뉴스 미디어가 주도적으로 사회고발을 했기 때문일 수도 있고 정치권과 사회운동 단체 등에서 먼저 이러한 의제를 던지고 뉴스 미디어가 이러한

현실을 반영했기 때문일 수도 있다. 이 중에서 어느 것이 진정한 원인인지는 주어진 자료만으로는 판단할 수 없다.

한편, 김대중 정권 때는 일상생활 정보에 대한 기사들이 많은데 이는 IMF 환란이 일반 국민들의 생활에 미친 영향력 때문이라고 할 수 있다. 환란으로 인해 사람들이 살아가는 일상적인 방식 즉 재테크, 여가선용, 사회적 트렌드 등에 변화가 많이 생겨 이러한 점이 반영된 결과라고 볼 수 있다. 달리 이야기하면 이 시기는 사회적 안정성이 상당히 떨어졌다고 할 수 있다.

마지막으로 사회적 갈등 관련 기사는 2003년과 2008년이 예년에 비해 높은 비중을 차지했는데 이 해는 새 정권이 시작된 해다. 따라서 정권 초기에 정치 행위로서의 사회 개혁이 일상생활에 영향을 미치면서 사회 성원들 간의 갈등이 표면화되어 기사화된 것으로 볼 수 있다. 이는 정권 교체의 성격(수직 대 수평)에 관계없이 드러나는 현상으로 보인다. 즉 신(新)정권은 구(舊)정권과의 차별화를 시도하고 새로운 희망을 제시하기 위해 새로운 시도를 하게 되고 이러한 시도는 새로운 사회적 갈등의 원인이 되는 것으로 해석해 볼 수 있다.

2) 사회면 기사 구성의 매체간 비교

사회면 기사 구성에 있어 방송뉴스 기사와 신문 기사의 분포를 비교해 보면, 몇 가지 차이점을 발견할 수 있다($\chi^2=2530.23$, $df=9$, $p<.001$). 무엇보다 방송사의 경우 고발/폭로 기사의 비중이 신문사에 비해 2배 이상 많다(21.9% 대 10.4%). 이는 우리나라의 방송뉴스가 신문에 비해 훨씬 더 탐사저널리즘을 중요시하고 있음을 의미한다. 이것은 한편으로는 방송사 간의 시청률 경쟁의 결과로 볼 수 있고 다른 한편으로는 방송사가 신문사 뉴스와의 차별성을 탐사보도에서 찾은 결과라고 볼 수 있다.

이 외에도 범조 뉴스의 경우 신문사는 방송사에 비해 2.5배 이상 높은 비중으로 다루고 있다(11.5% 대 4.0%). 이것은 법원에 대한 취재관행에서 신문사와 방송국 기자간의 차이에 기인하는 것으로 보인다. 즉 범조 뉴스의 경우 영상의 뉴스 가치보다는 판결 내용의 뉴스 가치가 훨씬 높기 때문에 텍스트 위주인 신문사의 경우 법원 담당 기자의 수를 방송사에 비해 많이 배치했기 때문으로 해석할 수 있다.

세 번째 눈에 띄는 차이는 재해 관련 기사의 비중에서 방송사가 신문에 비해 약 2.5배 높은 점이다(3.2% 대 1.4%). 이러한 차이는 재해뉴스가 가지는 영상의 뉴스 가치에서 그 원인을 찾을 수 있다. 홍수, 가뭄, 태풍, 지진 등과 같은 자연재해의 경우 텍스트 보다는 영상을 통해서 현장의 모습을 더 생생하게 전달할 수 있다. 따라서 매체의 종별을 고려해 볼 때, 신문사보다는 방송사가 뉴스 가치를 더 높이 평가한 것으로 볼 수 있다. 마지막으로 시문 기사가 방송 뉴스에 비해 기타/불명확 기사의 비중이 월등히 높은 것은 복합적인 내용을 다룬 기사가 많았기 때문으로 볼 수 있다. 방송에서의 시간제한보다는 신문에서의 공간제한이 상대적으로 유연하다고 볼 수 있다. 따라서 신문 기사는 때때로 여러 내용을 한 꼭지에 담는 경우가 있고 이런 기사들은 이 연구에서와 같은 기준으로는 분류할 수 없는 경우가 생긴 것으로 해석된다.

<표 3> 신문 대 방송 비교: 보도된 기사 종류(n=53,765)

	경찰	법조	관급 기사	인간사	고발/ 폭로	사회 변화	일상생활 정보	사회적 갈등	재해	기타/불명확	전체
방송	4397 31.3%	555 4.0%	858 6.1%	1070 7.6%	3076 21.9%	896 6.4%	1783 12.7%	938 6.7%	448 3.2%	20 0.1%	14041 100%
신문	11386 28.7%	4553 11.5%	3352 8.4%	3394 8.5%	4126 10.4%	2811 7.1%	5239 13.2%	2547 6.4%	542 1.4%	1774 4.5%	39724 100%
합계	15783 29.4%	5108 9.5%	4210 7.8%	4464 8.3%	7202 13.4%	3707 6.9%	7022 13.1%	3485 6.5%	990 1.8%	1794 3.3%	53765 100%

$\chi^2=2530.23$, d.f.=9, $p<.001$

3) 방송사 비교

방송사만을 따로 분석해 본 결과, 세 방송사간 크기는 작지만 통계적으로 유의미한 차이가 발견됐다 ($\chi^2=303.82$, d.f.=18, $p<.001$). SBS는 다른 두 방송사에 비해 각종 사건/사고 뉴스의 비중을 의미하는 경찰관련 뉴스의 비중이 약 8% 높았다. 일반적으로 사건/사고 뉴스가 선정적일 수 있음을 고려하면 이는 SBS가 다른 두 방송사와는 달리 민영방송이기 때문에 보다 시청자가 보고 싶어 하는 기사를 보도한 결과라고 판단된다. SBS와 다른 두 방송국과의 차이는 인간사와 사회적 갈등에서도 드러난다. 두 분야 모두에서 SBS는 가장 적게 보도한 것으로 나타났다. 즉 보통 사람들이 살아가는 모습과 미담 등에 상대적으로 덜 주목하고 사회적 갈등 보도에 소홀했던 것이다. 이것은 상업 방송으로서 SBS가 독자들에게 필요한 뉴스보다는 독자들이 원하는 뉴스에 보다 높은 가치를 둔 탓으로 보인다.

<표 4> 방송시간 보도된 기사 종류(n=14,042)

	경찰	법조	관급 기사	인간사	고발/ 폭로	사회 변화	일상생활 정보	사회적 갈등	재해	기타/ 불명확	전체
MBC	1202 28.2%	161 3.8%	345 8.1%	349 8.2%	855 20.1%	307 7.2%	568 11.9%	375 8.8%	155 3.6%	4 0.1%	4261 100%
KBS	1266 28.50%	163 3.7%	205 4.6%	373 8.4%	1147 25.8%	226 5.1%	578 13.0%	327 7.4%	147 3.3%	16 0.4%	4448 100%
SBS	1929 36.2%	231 4.3%	309 5.8%	348 6.5%	1074 20.1%	363 6.8%	697 13.1%	236 4.4%	146 2.7%	0 0.0%	5333 100%
전체	4397 31.3%	555 4.0%	859 6.1%	1070 7.6%	3076 21.9%	896 6.4%	1843 12.7%	938 6.7%	448 3.2%	20 0.1%	14042 100%

$\chi^2=303.82^{***}$ (d.f.=22), $p<.001$

KBS가 다른 두 방송사에 비해 지니는 특징은 고발/폭로 부분의 높은 비중으로 요약된다. 이는 KBS가 전임 두 정권(김대중 정권과 노무현 정권)과의 돈독한 협력관계를 유지했던 점을 고려해 볼 때 이해될 수 있다. 즉, 두 정권에서 내세운 개혁 정책에 동조한 결과 사회적 문제의 발견과 의제화를 위해 적극적으로 노력하고자 한 결과로 볼 수 있다. 이것은 정치면뿐만 아니라 사회적 기사도 정치적 환경 변화에 민감하게 반응한다는 점을 단적으로 보여준다.

마지막으로 MBC는 다른 두 방송사에 비해 관급기사의 비중이 약간 높았다. 이것은 정부기관과 관련된 정보원에 대한 의존도가 높았음을 보여준다. 전체적으로 볼 때, KBS와 MBC는 서로 유사한 편이며 이 두 방송국에 비해 SBS는 다소 차이를 나타낸다고 할 수 있다. 이는 결국 방송뉴스의 경우 공영방송 대 민영방송의 구도가 존재하고 있음을 시사한다.

4) 신문사 비교

이 연구에서는 아래 <표 5>와 같이 총 7개 신문의 사회면 기사를 비교했다. 각각의 신문들은 서로 다른 몇 분야에서 타사와 확연히 차이가 날 정도로 높은 비중 혹은 낮은 비중을 보였다($\chi^2=5461.33$, $d.f.=54$, $p<.001$). 이는 사회면 기사 주제의 선택이라는 측면에서 국내 신문사들이 어느 정도 다양성을 지니고 있음을 시사한다.

중앙일보는 경찰관련 기사의 비중이 다른 신문에 비해 낮은 반면, 인간사, 사회변화, 그리고 일상생활 정보관련 기사 비중은 높았다. 이것은 중앙일보가 다른 신문에 비해 연성뉴스에 보다 중점을 두었음을 나타낸다. 사회적 차원에서 사건이나 정보보다는 개인적 차원에서 논의될 수 있는 사안을 보다 많이 보도한 것이다. 이는 탈정치화되고 사회적 논제에 대한 관심이 낮아진 신문독자들의 변화와 조응한다고 할 수 있다. 즉 신문독자들이 원하는 기사를 충실히 보도했다고 할 수 있다. 이것은 언론의 사회적 책임이라는 차원에서는 비판을 받을 소지가 있는 부분이지만 경영 측면에서는 독자의 요구에 신속하게 대응했다는 점에서 긍정적으로 평가될 수 있다.

중앙일보와는 반대로 한겨레신문은 경성기사 위주 즉 사회적 관점을 중심으로 사회면 기사를 구성했다. 한겨레신문은 다른 신문에 비해 범조, 고발/폭로, 그리고 사회적 갈등의 비중이 높았다. 즉 개개인을 규율하는 사회적 규범과 사회적 비리 그리고 집단 간의 갈등을 주로 다룸으로서 독자의 관심을 개인이 아닌 개인이 속한 집단으로 돌리고 있다 할 수 있다.

조선일보는 연성뉴스와 경성뉴스의 비중이라는 측면에서 절충적이라 할 수 있고 이런 점에서 중앙일보와 한겨레신문의 중간정도의 수준에서 사회를 조망하고 있는 것으로 보인다. 구체적으로 보면, 조선일보는 경찰, 인간사, 고발/폭로, 그리고 일상생활 정보의 비중이 다른 신문에 비해 상대적으로 높았다. 이러한 분포는 독자들이 원하는 정보와 사건을 위주로 보도하되 사회적 논제에 대해서도 생각해 볼 수 있도록 기사를 배분하고 있는 것으로 판단된다. 다만 사회적 논제에 있어서 사회적 갈등 관련 기사 비중이 한겨레신문의 절반밖에 되지 않는 것은 두 신문의 차이를 가장 뚜렷하게 드러내는 부분이라 할 수 있다. 즉 사회감시(social surveillance) 기능을 수행함에 있어 집단간의 갈등 보다는 조화와 안정에 더 주안점을 두고 있음을 의미한다.

한편, 한국일보, 경향신문, 서울신문, 동아일보는 사회면 기사 주제의 선택이라는 측면에서는 독특한 특징을 지니지 못한 것으로 분석된다. 비록 몇몇 분야에서 다른 신문에 비해 비중이 높기는 하나 그 차이가 크지는 않다. 구체적으로, 한국일보는 경찰, 사회변화, 그리고 일상생활 정보 관련 뉴스 분야에서 상대적으로 높은 비중을 보였다. 경향신문은 경찰과 범조에서 상대적으로 높은 비중을 보였다. 서울신문은 범조 기사와 관급 기사에서 상대적으로 높은 비중을 보였다. 마지막으로 동아일보는 경찰관련 뉴스의 비중이 다른 신문에 비해 다소 높았다.

<표 5> 신문사간 보도된 기사 종류 (n=39,724)

	경찰	법조	관급 기사	인간사	고발/ 폭로	사회 변화	일상 생활 정보	사회적 갈등	재해	기타/ 불명확	전체
한국 일보	2114 32.0%	478 7.2%	459 7.0%	563 8.5%	413 6.3%	772 11.7%	982 14.9%	367 5.6%	103 1.6%	351 5.3%	6602 100%
경향 신문	1975 34.8%	747 13.2%	357 6.3%	304 5.4%	442 7.8%	284 5.0%	611 10.8%	218 3.8%	63 1.1%	671 11.8%	5672 100%
중앙 일보	856 17.9%	329 6.9%	401 8.4%	817 17.1%	356 7.4%	643 13.4%	752 15.7%	262 5.5%	55 1.1%	317 6.6%	4788 100%
서울 신문	1448 24.7	1024 17.4%	666 11.3%	252 4.3%	638 10.9%	349 5.9%	899 15.3%	379 6.5%	87 1.5%	129 2.2%	5871 100%
한겨레 신문	925 17.9%	1004 19.4%	499 9.6%	364 7.0%	925 17.9%	151 2.9%	390 7.5%	572 11.0%	58 1.1%	293 5.7%	5181 100%
동아 일보	2421 37.7%	573 8.9%	555 8.7%	460 7.2%	704 11.0%	382 6.0%	709 11.1%	466 7.3%	134 2.1%	11 0.2%	6415 100%
조선 일보	1647 31.7%	398 7.7%	415 8.0%	634 12.2%	648 12.5%	230 4.4%	896 17.2%	283 5.4%	42 0.8%	2 0.0%	5195 100%
전체	11386 27.2%	4553 11.5%	3352 8.4%	3394 8.5%	4126 10.4%	2811 7.1%	5239 13.2%	2547 6.4%	542 1.4%	1774 4.5%	39724 100%

$\chi^2=5461.33$, d.f.=66, $p<.001$

6. 토의와 제언

이 연구는 지난 12년간 (1998년에서 2009년) 국내 뉴스 미디어의 사회면 기사의 변화 추세와 뉴스 미디어 간의 차이를 헤드라인(n=53,765)을 통해 분석하고 있다. 연구문제 1에서 살펴본 시기별 변화의 가장 큰 특징은 정권과의 관련성과 IMF 환란의 여파로 정리해 볼 수 있다. 우선 노무현 정권 때는 관급 기사의 비중이 높았는데 이는 행정부가 적극적으로 뉴스소재를 제공했기 때문으로 보인다. 노무현 정권 때는 일부 언론과 대립과 갈등의 모습을 많이 드러냈지만 기본적으로 정부가 적극적인 태도로 대언론 관계를 형성하려 했음을 알 수 있다. 이러한 정부의 기본 정책과 행위는 정치면 기사 구성에도 영향을 미쳤을 것이다. 그러나 뉴스 미디어 입장에서는 사회면과는 달리 정치면의 기사 구성에 있어 정부의 주도에 이끌려 가는 모습을 보이는 것을 부담스러워 했을 수 있다. 따라서 정부의 노력의 양과는 무관하게 정치면 기사 주제의 선정을 주도하는 데 있어서는 정부 혹은 정권의 영향력이 적게 나타났을 수도 있다. 그러나 이러한 가능성은 동일한 시기의 정치면 기사와 사회면 기사의 주제 비교를 통해서 확인할 수 있을 것이다. 이는 향후 과제로 제안하고자 한다.

김대중 정권 때는 IMF 환란이라는 시대적 상황이 반영된 기사가 많이 보도되었다. 예를 들면 IMF 환란 사태를 야기한 사회적 병폐에 대한 고발/폭로 기사가 많았다. 이러한 모습은 사회면 기사의

주제 선정이 분명 정권의 속성에 영향을 받지만 한편으로는 시대적 상황에도 큰 영향을 받음을 시사한다. 그리고 시대적 상황의 영향력은 국가 위기상황과 같은 평범하지 않은 시기에 보다 큰 영향력을 드러냄을 알 수 있다.

마지막으로 비록 분석 기간이 임기의 초반 2년에 지나지 않지만, 이명박 현 정권에서의 특징은 고발/폭로 기사의 비중이 높은 점으로 정리할 수 있다. 이런 특징의 원인을 김대중 정권 때와는 달리 수직적 정권 교체라는 정치적 이유에서 찾는 것이 더 합리적으로 보인다. 김대중 정권 때는 IMF 환란이라고 하는 비범한 사회적 현실이 존재했었지만 이명박 정권의 초기에는 그런 사회적 요인이 없었다. 이 시기의 고발/폭로 기사의 증가는 한국적 기준에서 ‘진보’적이라고 평가받던 정권에서 10년 만에 ‘보수’정권으로의 수직적 이동이 이뤄진 점에서 그 원인을 찾을 수 있다. 즉, 진보적 성향의 사회단체와 진보적으로 평가받는 제도 및 정책에 대한 문제점 제기 등에 초점이 맞춰진 결과로 설명될 수 있다.

이 연구 결과를 전체적으로 정리해 보면, 사회면 기사의 주제 선정에 가장 큰 영향을 미치는 것은 사회적 현실과 정치권력의 성격임을 알 수 있다. 또한 사회적 현실의 영향력은 비밀상적 상황에서 보다 커지고 정권의 영향력은 정권 교체기인 정권 출범 초기에 커진다. 그리고 이전 정권과 현재 정권의 차별성이 크면 클수록 사회면 기사 주제의 선정에 미치는 정권의 영향이 커질 것임을 예상해 볼 수 있다.

두 번째 연구문제는 매체 차이 즉 텔레비전 뉴스와 신문 뉴스의 차이에 초점을 맞추고 있다. 영상과 지면이라고 하는 매체의 종별은 그와 부합하는 뉴스 가치의 상대적 가중치의 차이로 이어진다. 따라서 보다 높은 뉴스 가치를 지닌 내용을 선택하여 보도하는 게이트키퍼 과정에서 방송과 신문의 차이가 두드러질 수밖에 없다. 분석 결과를 보면 방송 뉴스는 탐사보도의 중시와 영상(visual) 가치에 따른 주제 선정, 그리고 신문 뉴스는 텍스트 가치에 따른 주제 선정이라고 그 특징을 정리할 수 있다.

방송에서는 텍스트뿐만 아니라 움직임, 색깔, 소리, 감정적 단서, 비언어적 단서 등을 전달할 수 있으며 시청자들은 그러한 정보를 기대한다. 따라서 이렇게 다양한 정보를 담은 내용이 뉴스로 선정된 경우가 많았다. 이러한 경향은 특히 재해관련 기사의 높은 비중에서 뚜렷하게 드러났다. 그리고 방송사가 탐사저널리즘을 추구하는 이유는 신문기사와의 차별화라는 전략적 목적과 인력과 취재비용 등에 있어서의 우월적 지위를 이유로 들 수 있다. 탐사저널리즘에 대한 시청자의 기대가 지속적으로 상승하고 있는 점을 고려해 볼 때 방송뉴스에서의 탐사저널리즘 성격을 지닌 기사의 비중은 앞으로도 상승세를 이어갈 것으로 예상된다.

신문은 상대적으로 텍스트의 중요성이 큰 내용이 기사화되었다. 특히 인지적 노력이 많이 요구되는 논리적인 내용을 다룬 기사의 비중이 높았다. 예를 들어, 법조 관련 뉴스들이다. 이것은 홍선경(2006)의 주장처럼, 인쇄매체를 통한 커뮤니케이션이 분석적 인지 양식과 관련된 내용을 다루기 때문에 세부적인 것에 관심을 갖고 구조적 접근으로 결정을 내리며 정확하고 체계적인 속성을 지니기 때문으로 보인다.

이상에서 보면, 뉴스 의제(agenda)에 있어 방송과 신문의 차이는 일정부분 자연스러운 것으로 받아들일 수 있다. 이런 이유에서 신문과 방송의 의제 차이를 이념적 성향 혹은 정치적 편향만으로 해석한 일부 선행연구의 결론은 사회면 헤드라인을 대상으로 보았을 때는 옳지 않다. 같은 맥락에서 노무현 정권시기에 제기되었던 방송은 친정부요 주요 신문사(소위 조중동)는 반정부적이었던다는 주장은 현상에 대한 잘못된 해석 혹은 과장된 해석으로 봐야 한다.

연구문제 3에서는 동종 매체 내에서의 차이를 비교하고 있다. 우선, 방송사간 비교에서는 SBS가

다른 두 방송국과 뚜렷한 차이를 보였다. 즉 SBS는 상대적으로 사건/사고 뉴스의 비중이 높고 인간사와 사회적 갈등을 다룬 기사의 비중은 낮았다. 이것은 다른 두 방송국과 달리 SBS가 사기업이기 때문에 시청자들이 원하는 뉴스를 충실히 담아낸 결과라고 볼 수 있다. 즉 뉴스 미디어의 사회적 기능에 중점을 두어 시청자들의 필요성(what they need)을 기준으로 기사를 선별한 것이 아니라 시청자들의 요구(what they want)에 충실한 결과라고 할 수 있다. 한편 KBS가 고발/폭로 기사의 비중이 높은 점, MBC가 관급기사의 비중이 높은 점 등은 두 방송사가 분석 기간의 대부분을 차지하는 김대중 정권과 노무현 정권과 비교적 원만한 관계를 유지했다는 점에서 그 원인을 찾을 수 있다. 즉, 진보적 정권 아래에서 사회적 대세가 되었던 ‘개혁’에 협조하고 정부의 활동에 대한 국민의 알 권리를 충실히 따른 결과 국가 정책의 홍보 역할을 하게 되어 고발/폭로 기사와 관급기사의 비중이 높았던 것으로 분석된다.

신문사 간의 차이를 살펴보면, 중앙일보는 연성뉴스의 비중이 높았는데 이는 독자의 관심사를 쫓은 결과로 볼 수 있다. 최근의 정치적 혹은 사회적 주제에 대한 젊은 층의 낮은 관심을 고려해 볼 때, 중앙일보가 비교적 젊은 층을 주요 타깃으로 삼은 편집 전략을 추진한 것으로 볼 수 있다. 이런 모습은 중앙일보가 사기업적 속성에 충실한 결과로 해석된다.

한겨레신문은 경성뉴스 즉 사회적 주제에 대한 높은 관심을 보여 법조, 고발/폭로, 그리고 사회적 갈등 관련 기사의 비중이 높았다. 이는 한겨레신문의 개혁적 성향을 잘 드러내고 있는 부분이다. 이를 통해서 판단해 보면, 정치적 태도 혹은 이념적 성향에서는 한겨레신문이 조선일보와 대척점에 놓여있지만 사회면 기사 구성에 있어서는 중앙일보와 보다 뚜렷한 대척점에 놓여 있다고 볼 수 있다. 사회면 기사 주제의 분포만을 가지고 판단하면 조선일보는 오히려 한겨레신문과 중앙일보의 가운데에 위치하고 있다고 할 수 있다. 즉 중앙일보에 비해서는 연성기사의 비중이 낮고 한겨레신문에 비해서는 경성기사의 비중이 낮다. 이것은 연구자들이 관습적으로 대척점에 놓고 분석한 조선일보와 한겨레신문이 분석대상에 따라서는 적절하지 않을 수 있음을 의미한다. 즉 비정치적 혹은 비이념적인 주제를 다룰 때 조선일보와 한겨레신문을 비교하여 우리나라 신문의 보도 스펙트럼에 대해서 논의하는 것은 때로는 그릇된 결과를 낳을 수 있음을 보여주고 있다.

한편, 다른 네 신문사(한국, 경향, 서울, 동아)는 뚜렷한 특징이 발견되지 않거나 미미했다. 그런데 공급요계도 이 네 신문은 현재 독자수 감소로 인해 경영난을 겪고 있다. 이것은 결국 무가지와 인터넷을 통해 무료로 뉴스를 접할 수 있는 오늘날에는 다른 신문사와 차별화 된 기사를 제공하지 못할 경우 독자로부터 외면받을 수밖에 없음을 시사한다.

이상과 같은 연구결과를 바탕으로, 뉴스 미디어의 사회면 기사의 주제 선택은 언론사의 인적·물적 조건과 가치관과 관행 그리고 언론사 외부의 정치적·경제적·문화적·사회적 환경과 더불어 정권에도 영향을 받으며 이러한 요인들 중 일부의 공유로 인해 뉴스 미디어간에는 어느 정도의 유사성이 나타나게 된다는 결론에 도달하게 된다. 그러나 위에서 나열한 요인들 중 상당수가 비록 동일한 현실이지만 이를 받아들이는 방향과 정도에 있어 뉴스 미디어 간에는 다소간의 차이가 있으며 이러한 차이는 사회면 기사의 주제 선택에 영향을 미치게 된다고 이해된다. 그리고 이러한 차이는 뉴스 미디어의 특징이 된다. 이러한 특성의 가치와 관련하여 이 연구에서 분석된 자료는, 비록 확정적 근거를 제시하지는 못하지만, 뉴스 미디어가 타사와의 차별적 특징을 뚜렷하게 제시하지 못할 경우 독자와 시청자에게 외면 받게 될 것임을 시사하고 있다.

이 연구의 한계점으로는 무엇보다도 기사 본문이 아니라 헤드라인이 분석의 대상이었다는 점을

들 수 있다. 비록 헤드라인 분석만으로도 상당한 의미를 찾을 수 있었고 실질적으로 기사 본문을 분석하기에는 자료의 양이 너무 많았다는 제한점이 있었던 점을 고려하더라도 제한적이거나 기사 본문에 대한 분석을 가미했다라면 이 연구의 결론에 대한 신뢰도를 다소나마 향상시킬 수 있었을 것이다. 후속 연구에서는 보다 풍부한 분석을 위해 기사 내용 전체를 분석하지는 않을지라도 몇몇 사례에 대한 심층 내용분석이 포함되었으면 한다.

다른 한계점으로는 뉴스 미디어간의 차별성을 구현하는 또 하나의 경로인 뉴스 내용의 구성에 대한 분석을 하지 못한 점이다. 정치면 기사 분석에서 주로 이용된 기사 프레임 연구를 사회면 기사 내용의 분석에도 적용했다면 보다 풍부한 정보를 담아낼 수 있었을 것이다. 그러나 이러한 분석은 상당히 많은 시간과 노력을 요구한다. 따라서 이러한 접근은 후속연구를 위한 과제로 남기고자 한다.

끝으로 향후 연구를 위한 한 가지 제언을 해보면, 이 연구는 전체적으로 사회면에서도 뉴스 미디어 간 차이 즉 다양성이 구현되고 있음을 보여주는 데 그치고 있다. 그러나 많은 선행연구들이 정치면 기사 주제 분포와 내용분석을 통해 이러한 다양성을 확인하고 있다. 따라서 향후 연구에서는 사회면 기사에서 드러나는 뉴스 미디어 간의 다양성과 정치면에서 드러나는 다양성의 유사점과 차이점을 탐색할 수 있는 연구들이 이루어졌으면 한다. 이러한 비교를 통해 뉴스 미디어를 통해 구현되는 현실 즉 보통의 사람들이 전달받는 현실이 어떤 기준과 과정을 통해 매개되는지를 보다 정확히 이해할 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 권혁남 (2002). 미디어, 민주주의, 그리고 선거. 『미디어 선거의 이론과 실제』 (16~61쪽). 서울: 커뮤니케이션북스.
- 반현·홍원식 (2009). 국내 지상파 방송 뉴스 포맷 연구: KBS, MBC, SBS 저녁 메인 뉴스를 중심으로 『방송문화 연구』, 21권 1호, 9~37.
- 백성기 (1997). 제15대 총선 보도시의 가십기사 유형과 심층구조: 조선일보와 한겨레신문에 대한 분석을 중심으로 『한국언론학보』, 41권, 41~107.
- 송용희 (2005). 한국 종합일간지 기사의 사실성 입증 기제에 관한 연구: 조선일보와 한겨레신문 사회면을 중심으로 『한국언론학보』, 49권 3호, 80~105.
- 심재철·이경숙 (1999). 국민의제 형성에서 탐사보도의 역할: 박종철 사건을 중심으로 『한국언론학보』, 43권 3호, 73~108.
- 윤영철 (1991). 언론의 현실 재구성에 관한 연구—우리나라 신문의 남북관계 보도 분석. 『한국언론학보』, 26권, 251~286.
- 윤영철 (1992). 언론환경의 변화와 보도의 다양성—반공 이데올로기 지형의 변화와 그 한계. 『한국언론학보』, 28권, 267~308.
- 이건호 (2007). 환경 문제의 2차 의제설정효과: 지구 온난화 이슈 내 서로 다른 속성을 중심으로 『한국언론학보』, 51권 2호, 153~514.
- 정일권·조운경·정희영 (2007). 사회적 통합 요구에 따른 신문보도 다양성의 위축 가능성에 대한 연구: 조선일보와 한겨레신문의 타 국가와의 갈등 보도 비교. 『한국언론학보』, 51권 4호, 199~225.
- 정재철 (2004). 한국신문의 유전자 연구 프레임 비교 분석: 조선일보, 국민일보, 한겨레신문을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 25권, 135~162.

- 조수선·김유정 (2004). 온라인신문의 의제 및 의제속성 설정 연구: <조선닷컴>과 <오마이뉴스>의 비교 연구. 『한국언론학보』, 48권 3호, 302~329.
- 허철·박관우·김성태 (2009). 디지털 시대의 방송뉴스 생산 관행의 변화와 시청자의 뉴스 생산과정 참여: YTN뉴스 사회부를 중심으로. 『방송문화연구』, 21권 1호, 39~76.
- 홍선경(2006). 텔레비전 시청과 인지양식. 한국방송학회 가을정기학술대회 발표논문.

- Anderson, D. & Benjaminson, P. (1976). *Investigative Reporting*. Bloomington, IN: Indiana Univ. Press.
- Bennett, T. (1982). Theories of the media, theories of society in Bennett, T., Curran, J., Gurevitch, M., & Wollacott, J. (Eds.). *Culture, Society and the Media*. (pp. 30~55). London: Muthuen.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1971). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor Books.
- Chan, J. M. & Lee, C. C. (1991). *Mass Media and Political Transition: the Hong Kong press in China's orbit*. New York: The Guilford Press.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- DeFleur M. L., Davenport L., Cronin M. (1992). Audience recall of news stories presented by newspaper, computer, television and radio. *Journalism Quarterly*, 69, 1010~1022.
- Donohue, G. A. (1967). Newspaper gatekeeping and forces in the news channel. *Public Opinion Quarterly*, 31, 61~68.
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1973). Gatekeeping: Mass media systems and information control. In F. G. Kline and Tichenor, P. J. (Eds.). *Current perspectives in Mass Communication Research* (pp. 41~69). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Gans, H. J. (1980). Sources and journalists. In *Deciding what's news* (pp. 116~145). New York: Vintage Books.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media and the making and unmaking of the new left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Glasser, T. L. & Ettema, J. S. (1989). Investigative Journalism and the Moral Order. *Critical Studies in Mass Communication*, 6, 1~20.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and the 'ideological effects.' In Curran, J., Gurevitch, M., & Woollacott, J. (Eds.). *Mass communication and society* (pp. 315~348). London: Edward Arnold.
- Hartley, J. (1982). *Understanding News*. London: Methuen
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism*. New York: Crown Publishers.
- McCombs, M. E. & Weaver, D. H. (1985). Toward a merger of gratifications and agenda-setting research. In Rosengren, K.E., Wenner, L.A., & Palmgreen, P. (Eds.). *Media gratification research* (pp. 95~108). Newbury Park, CA: Sage.
- Sinder, P. B. (1967). Mr. Gate's revisited: A 1996 version of the 1946 case study. *Journalism Quarterly*, 44(3), 419~427.
- Singer, E., & Endreny, P.M. (1993). Reporting on Risk. 송해룡 역 (2003). 『위험보도론』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Weaver, D. H. (1980). Audience need for orientation and media effects. *Communication Research*, 7, 361~76.
- Weinstein, S., Appel, V., & Weinstein, C. (1980). Brain-activity responses to magazine and television advertising. *Journal of Advertising Research*, 20, 57~63.

ABSTRACT

A Trend Analysis of the Metro Sections of News Media in Korea during 1998 and 2009

Irkwon Jeong*

This study explores the headlines of the metro sections posted in the major domestic news media during 1998 and 2009 and examines if the media contribute to construction of the reality. The data were systematical sampled from three main evening news programs representing each broadcasting company and the seven major nationwide newspapers (n=53,765). Results suggest the selection of news items should be influenced by the property of the regime and the trend for the time. This influence led to similarity among the news media to some extent, which are partially explained by the objectivity principle guiding the whole process of news making. Meanwhile, there was clear difference among the news media in general, and between the medium (broadcasting vs. newspaper) and within a medium, more specifically. The difference can be explained by the interaction of the property of the regime and the trend for the time and other factors including journalistic paradigm and ownership of each company.

Keywords: news media, metro section, news article, headline, gatekeeping, agenda setting

* Assistant Professor, Kwangwoon University