

한국 저널리즘 연구의 현주소

‘콘텐츠 · 수용자’에 집중,
‘뉴스 생산과정’은 등한시

박재영 / 고려대 미디어학부 교수

언론 분야에서 처음 생긴 학회는 1959년에 설립된 한국신문학회이며 그 명맥을 이어온 것이 한국언론학회다. 환갑에 이를 정도의 긴 세월 동안 학회는 정회원 수만해도 1,000명이 넘을 정도로 성장했으며, 언론과 커뮤니케이션 분야의 학술 활동도 활발하게 진행하고 있다. 저널리즘 분야의 연구만 떠올려봐도 주제가 매우 다양하다. 뉴스 정파성, 뉴스의 품질, 신문과 광고, 정치뉴스의 효능감, 뉴스 댓글의 이용과 충족, 신문 시장 변화와 의견 다양성, 기자와 PR 실무자의 관계, 명예훼손과 프라이버시, 온라인 저널리즘, 독립언론, 1인 미디어, 로봇 저널리즘... 조금 좁혀서 직접 뉴스 콘텐츠를 다룬 연구를 보면, 정치뉴스, 경제뉴스, 국제뉴스, 범죄기사, 전쟁 보도, 문화 저널리즘, 스포츠 기사, 부음, 대통령과 영부인 보도, 인물기사, 오보와 정정 보도, 탐사보도, 미디어 이벤트 보도, 보도사진 등으로 거의 모든 취재 영역을 아우른다. 저널리즘 연구는 이렇게 풍부해졌지만, 속살을 들여다보면 조금 다른 모습이 발견된다.

저널리즘 연구 비율 28.1%

2015년부터 2018년 상반기까지 《한국언론학보》, 《한국방송학보》, 《한국언론정보학보》, 《커뮤니케이션

이론》, 《언론과 사회》에 게재된 논문은 모두 620편이다. 그중 저널리즘 분야의 논문으로 간주할 수 있는 것은 174편으로 전체의 28.1%다. 논문 열 편 가운데 약 세 편이 저널리즘 논문이다. 다만 이 다섯 개 학술지는 저널리즘 논문을 많이 실는 곳이므로 그렇지 않은 학술지까지 포함하면 이 비율은 낮아질 가능성이 크다. 저널리즘 논문을 가장 많이 실은 학술지는 《한국언론학보》(95편)였으며, 그다음은 《한국언론정보학보》(36편), 《한국방송학보》(22편), 《커뮤니케이션 이론》(12편), 《언론과 사회》(9편) 순이었다. 전체 논문 대비 저널리즘 논문의 비율이 가장 높은 학술지 역시 《한국언론학보》(39.1%)였으며, 그다음은 《한국언론정보학보》(25.9%), 《커뮤니케이션 이론》(21.8%), 《언론과 사회》(17.6%), 《한국방송학보》(16.7%)였다.

연구방법론은 뉴스 콘텐츠 분석이 46%로 가장 많았다. 여기에는 전형적인 내용분석뿐 아니라 문맥 분석, 프레임 분석, 빅데이터 활용 분석 등 뉴스의 내용을 들여다보는 방법론이 모두 포함된다. 문헌이나 자료를 수집해 분석한 이론형 연구가 19.5%로 두 번째로 많았고, 그다음은 설문조사 14.4%, 심층 인터뷰 8.6%, 실험연구 6.3%, 기타 5.2%였다. 이처럼 논문의 절반 정도는 뉴스 콘텐츠 분석이었으며 나머지 절반은 그

“

연구자들 스스로
자기가 일종의 싱크탱크로서
언론 실무자들을 도와주고
궁극적으로 뉴스 개선에 이바지한다는
인식을 가지면 더 좋겠다.
한 번쯤 ‘과연 누가 내 논문을
읽을 것인가?’라고 자문해볼 직한데,
되도록 많은 기자가 읽는다면
더 좋을 것이다.

”

외의 방법론을 적용했다. 참고로 참여관찰을 연구방법론으로 선택한 논문은 하나도 없었다. 뉴스를 중앙에 놓고 시간 순서대로 생각해보면, 뉴스의 오른쪽은 뉴스가 보도되고 난 후의 상황으로 뉴스 효과의 영역이다. 여기에 주로 동원되는 연구방법은 설문조사와 실험이다. 뉴스의 왼쪽은 뉴스가 만들어지기까지의 상황으로 생산자나 생산과정을 연구하는 영역이다. 이 영역은 게이트키퍼, 뉴스 가치 결정, 정보 수집, 취재원과 관계, 출입처 시스템, 기사 작성 방식, 편집·편성 및 뉴스 위계 결정, 뉴스룸 문화 등 취재, 보도와 관련된 거의 모든 관행을 포함한다. 여기에 주로 사용되는 방법론은 심층 인터뷰나 참여관찰이다. 위의 연구방법론 비율로 볼 때, 뉴스 콘텐츠를 연구한 논문이 제일 많고, 뉴스 효과 연구는 그보다 적으며 뉴스 생산 연구는 가장 적다. 이 대목은 조금 더 자세하게 논의해볼 필요가 있다. 언론학자 허버트 갠즈(Herbert Gans)는 1983년

ICA(International Communication Association)의 심포지엄(Ferment in the Field)에서 1970년대의 학술적 업적은 언론이 뉴스를 어떻게 생산하고 확산하는지를 알아낸 것이었다면서, 앞으로는 언론이 외부와 어떻게 상호작용하는지, 예를 들어 언론이 정치에 어떤 영향을 주며 정치는 언론에 어떤 영향을 주는지, 대중은 뉴스를 어떻게 수용하는지 등을 연구해야 한다고 주장했다. 갠즈의 제안으로 보면, 적어도 미국의 저널리즘 연구는 뉴스 생산자 및 생산과정에 관한 연구에서 시작해 뉴스 조직과 외부의 관계에 관한 연구를 거쳐 수용자 쪽으로 넘어가는 과정을 밟았다. 이에 비해 우리는 미국과 사뭇 다른 방향으로 가고 있다.

연구 주제의 비대칭 현상

저널리즘 연구를 가장 광범위하게 메타분석한 책 《저널리즘의 지형》은 1990년부터 2014년까지 25년간 12개 학술지에 게재된 저널리즘 논문들을 분석했다. 그 결과, 연구 주제는 꾸준히 뉴스 콘텐츠에 집중됐으며 방법론은 내용분석이 가장 많았다고 보고했다. 또 다른 중요한 특징은 2000년대에 들면서 뉴스 효과나 수용자에 관한 논문이 급증했다는 점이다. 이 부분은 조심스럽게 이해할 필요가 있다. 여기서 말하는 효과 논문의 대다수는 ‘뉴스의 효과’를 연구의 주된 종속변인으로 설정한 경우가 아니라, 뉴스 이용 변인을 여타 변인들과 함께 독립변인으로 설정하고 그것의 효과를 분석한 연구를 뜻한다. 즉 여타 독립변인들과 함께 뉴스 이용 효과를 부분적으로 살펴본 연구다. 한편 뉴스 생산자, 생산조직, 언론 환경 등을 다룬 연구는 현저히 부족해 뉴스 생산의 동학에 관한 학자들의 관심은 적었다고 이 책은 밝혔다. 결국 한국의 저널리즘 연구는 뉴스 생산에 관한 연구가 부족한 상태에서 뉴스 콘텐츠 연구에 집중하다가 다급하게 뉴스 효과 연구로 몰려갔는데, 이 효과 연구도 부분적이고



지금도 교과서로 쓰이고 있는 저널리즘의 고전들로 책의 저자들은 신문사, 잡지사, 방송사의 뉴스룸에 직접 들어가거나 기자들의 취재 현장을 따라다니면서 ‘뉴스 생산과정’을 연구했다. <출처-《Manufacturing the News》, 《Reporters and Officials》, 《Making news》>

부차적이었다고 말할 수 있다.

갠즈가 말했듯이 미국 학자들이 뉴스 생산과정을 먼저 연구할 수 있었던 배경 중 하나는 연구비가 별로 들지 않았기 때문이다. 지금도 교과서로 쓰이는 저널리즘의 고전들(Fishman, Manufacturing the News; Sigal, Reporters and officials; Tuchman, Making news; Crouse, The boys on the bus 등)은 학자들이 신문사, 잡지사, 방송사의 뉴스룸에 들어가거나 기자들의 취재 현장을 따라다니면서 참여관찰한 결과물이다. 이처럼 미국의 초기 저널리즘 연구는 한마디로 ‘뉴스룸 속으로’ 또는 ‘기자 속으로’였는데, 그저 참여관찰을 허락받기만 하면 별다른 비용 없이 연구를 수행할 수 있었다. 그러나 효과 연구는 설문조사나 실험을 해야 하고 비용이 들어가므로 선풍리 시도할 수 없었다. 지금은 온라인 설문조사가 가능해 조사비용이 많이 줄었지만, 좋은 표본으로 응답 오류를 줄이면서 조사하려면 여전히 많은 비용이 든다.

뉴스 분석은 저널리즘 연구의 기본이므로 결코 간과할 수 없다. 뉴스라는 생산물이 어떠한지 모르

면서 뉴스의 생산과정이나 소비 효과를 말한다면 그것은 사상누각일 수 있다. 이 말도 맞지만, 뉴스의 생산과정과 효과를 알고 있다면 뉴스에서 무엇이 잘못됐으며 그것을 어떻게 고쳐야 할지 더 잘 알 수도 있다. 따라서 뉴스 내용만으로는 부족하다.

《저널리즘의 지형》은 한국 저널리즘 연구 전반에서 발견되는 ‘비대칭’을 지적하고 있다. 위에서 언급했듯이, 연구는 뉴스 분석에 쏠려 있으며 방법론은 내용분석이 대세를 이룬다. 이와 함께 연구 대상이 특정 매체에 쏠려 있는 현상도 발견됐다. 그간 가장 많이 분석된 매체는 신문(36.3%)이었으며 텔레비전 방송(15.4%)이 그 뒤를 이었다. 저자들은 한국 저널리즘 연구에서 ‘고정 패턴’이 발견된다고 하면서, 대부분의 연구는 커뮤니케이션 이론 가운데 대표적인 것을 토대로 삼아 연구문제나 가설을 설정하고, 양적 방법을 적용해 신문기사 내용을 분석했다고 주장했다.

인터넷 포털에 있는 사람들은 언론사 기자들이 포털에 대해 불만만 품지, 자기 회사의 뉴스를 누가 어떻게 소비하는지는 별 관심이 없다고 말한다.

예전부터 방송사에 뉴스 시청률 데이터가 있었으며 요즘 일부 신문사에 기사 열독을 조사하는 시스템이 도입되어 있지만, 그런 자료를 가공해 뉴스 소비자 프로파일을 구축했다는 말은 듣지 못했다. 언론사도 기업인데, 한국의 언론사만큼 QC(품질관리)와 R&D(연구개발)를 등한시하는 사례는 세계에 없다. 한국 언론사는 뉴스의 효과에 관심이 없다고 봐도 과언이 아니다. 그러면서 특종을 위한 출혈 경쟁과 출입처 장악 다툼으로 매일 일희일비하면서 자기들만의 리그를 벌이고 있다. 그런데 혹시 연구자들도 자기 리그에 매몰되어 있는 것은 아닐까? 자기 입맛에 맞고 하기 편한 연구만 반복하고 있지 않은가.

지금 필요한 연구는 무엇?

연구자들이 무엇을 연구하든 그 가치는 분명히 있다. 다만 연구자들 스스로 자기가 일종의 싱크탱크로서 언론 실무자들을 도와주고 궁극적으로 뉴스 개선에 이바지한다는 인식을 가지면 더 좋겠다. 한 번쯤 ‘과연 누가 내 논문을 읽을 것인가?’라고 자문해봄 직한데, 되도록 많은 기자가 읽는다면 더 좋을 것이다. 그런 점에서 몇 가지를 제안한다.

우선, 아주 기본적인 의문에 답하는 연구가 더 많아야 한다. 예를 들어 사람들이 왜 뉴스를 보는지 또는 안 보는지는 이미 교과서에 적혀 있지만 매체 환경이 급변한 요즘, 현대적 의미로 재해석할 필요가 있다. 미디어 리터러시와 뉴스 이해의 관계, 정치뉴스 소비와 정치관 형성의 관계, 사람들이 많이 읽는 기사와 깊이 있게 읽는 기사의 차이, 시청각 요소는 뉴스의 이해를 얼마나 도와주는지 또는 방해하는지도 궁금하다.

매체 환경의 변화를 반영해 분석 대상 매체를 단일 매체로 하기보다 복합화하는 것도 필요하다. 지금은 ‘미디어 그룹’의 시대이므로 신문과 방송, 온라인과 모바일 등 복수의 플랫폼을 동시에

고려한 연구 세팅을 시도할 필요가 있다. 개별 뉴스도 이미 멀티미디어 형태로 표출되고 있다.

생산과정에 관한 연구는 당연히 중요하며 요즘의 멀티미디어 조류를 고려하면 더욱 그렇다. 많은 언론사는 뉴스룸을 디지털과 모바일 중심으로 개편하고 뉴스 제작 방식도 그렇게 바뀌었다. 이런 변화는 기자의 사고방식과 취재 관행에 영향을 주었을 것이다.

현실참여 성격이 강한 비판적 실천 연구를 적극적으로 수행하는 것도 중요하다. 예를 들어 정권에 힘입은 경영진이 방송사에서 저지르는 전횡에 탄식하는 것과 함께 그것을 학술적으로 분석해 학계에 보고하고 기록으로 남길 필요도 있다. 신문사의 내적 통제 메커니즘의 실상을 드러내거나 언론사와 정부 또는 언론사와 기업의 병행 관계를 파헤치는 연구도 여기에 해당한다.

연구는 과학성을 담보하기 위해 아주 미세한 부분을 깊이 들여다보는 방식일 수밖에 없지만, 때로는 거대 관점의 대형 연구를 수행하는 것도 필요하다. 현상을 여러 요인으로 쪼개어 계량화, 모델화하는 것과 정반대로 현상에 관련될 수 있는 요인들을 최대한 종합해 맥락에서 배후까지 분석해보는 것이다. 가령 특정한 이슈를 보도한 뉴스만 분석하는 것이 아니라 그런 뉴스를 결정한 편집회의, 담당 기자의 취재 과정과 독자 반응까지 연구해 전모를 그려볼 수도 있을 것이다.

과연 저널리즘이 이론화할 수 있는 분야인지 의문스럽기도 하지만, 저널리즘의 이론화는 많은 연구자의 희망사항이다. 이 이론화는 이른바 이론 연구를 통해서도 가능하지만, 오히려 현장 연구에서 나올 가능성도 있다. 언론 현장은 유기체와 같이 살아 움직이므로 언제든지 새로운 양태와 경향성을 보여줄 수 있다. 연구자들은 언론의 복잡하고 다단한 현실에서 이런 새로운 현상에 주목하는 탐색적 연구를 펼침으로써 더 풍부한 이론이나 개념을 확보할 수 있을 것이다. ■