

중편 출범 초기의 지상파와 중편 메인뉴스의 주제 구성 및 다양성 변화에 대한 연구

Research on the Composition and Diversity Changes of the Main News Programs'
News Topic at the Initial Introduction of General Programming Cable Channels

유수정

이화여대 커뮤니케이션·미디어연구소

Soojung Yoo(ohsoojung02@hanmail.net)

요약

본 연구는 중편 도입으로 인한 방송 뉴스 콘텐츠의 주제 구성과 다양성의 변화를 살펴보기 위해 중편 도입 초기 4년 간 지상파 3개, 중편 4개 총 7개 채널의 메인 뉴스의 주제를 내용분석 하였다. 분석결과 지상파는 다양한 주제를 폭넓게 다뤘던 반면 중편 뉴스는 정치 뉴스에 집중하며 주제 구성에 있어서 지상파와 차별화를 꾀하였다. 뉴스 구성 순서나 주요 뉴스 포함 여부에 있어서 중편은 정치 뉴스와 북한 뉴스를 적극 활용하며 차별화된 구성을 보였던 반면, 지상파는 경제, 생활 정보 뉴스 등에 대해 주요 뉴스로 처리하며 차이를 나타내었다. 중편 개국 초기 4년간 방송 뉴스 전반의 다양성을 분석한 결과 중편은 지상파와 유사한 뉴스를 제공하는 전략으로 시장에 진입했으나 다양한 뉴스를 제공하는 지상파와 경쟁하기 위해 선택과 집중의 전략을 취하는 방향으로 변화했음을 확인하였다. 중편 개국 초기 방송 뉴스 시장에서 지상파는 다양성 전략을 유지하는 전략을 편 반면, 중편은 집중 전략을 활용했음을 확인할 수 있었다.

■ 중심어 : | 종합편성채널 | 지상파 | 보도 주제 | 다양성 |

Abstract

This study analyzed contents of main news of 7 channels for 4 years during the initial period of introduction of the general programming cable channel(GPCC) in order to examine changes in subject composition and diversity of broadcasting news contents due to the introduction of GPCC. As a result of the analysis, terrestrial broadcasters treated a wide range of topics, while the GPCC's news focused on political news and differentiated from the terrestrial in the composition of the topic. In the composition of the news topic headline news, GPCC showed distinctive structure using political news and North Korea news, while terrestrial news was treated as major news for economic and daily information news. As a result of analyzing the diversity of broadcast news in the first four years of opening GPCC, it has changed into a strategy of selecting and concentrating in order to compete with the terrestrial broadcasters. In the initial broadcasting news market, the terrestrial broadcastings were used to maintain diversity strategies while the GPCCs were using concentrated strategies.

■ keyword : | General Programming Cable Channel | Terrestrial Broadcasting | News Topic | Diversity |

I. 문제제기

전체 시장의 규모가 크게 증가하지 않는 상황에서 새로운 매체나 플랫폼, 혹은 사업자의 진입은 경쟁을 치열하게 만든다[1]. 뉴스 시장은 기존의 신문과 방송뿐만 아니라 인터넷 포털, 모바일, 소셜 미디어 등 다양한 매체와 플랫폼이 경쟁하고 있으며, 방송시장은 지상파 3개 채널과 4개의 종편이 경쟁하고 있는 상황이다. 종편의 도입은 낮은 성공 가능성을 점쳤으나 이용의 확대뿐만 아니라 수용자 인식 차원에서도 종편 뉴스는 우리 사회에서 주요한 뉴스 미디어로 자리 잡고 있으며, 주로 중장년층을 시청자로 확보하여 수요를 흡수하며 자리를 잡아가는 것으로 평가된다[2].

후발 사업자인 종편은 기업 규모, 제작 인력 등의 조건에 따라 ‘종편 뉴스’라는 지상파와는 차별화된 뉴스를 제공하면서 시청자를 확보해왔다. 방송 뉴스 콘텐츠는 시간적 제약이 있고, 언론사들 간의 유사한 뉴스 가치 기준에 의해 뉴스 선택이 크게 다르지 않기 때문에 그 내용의 차별화가 어렵다. 경쟁이 심한 상황에서 비용을 적게 들여 차별화할 수 있는 방법은 이념성을 채택하는 것인데, 종편 뉴스는 이러한 전략을 택함으로써 시청자들을 끌어 모았지만 한편으로는 정치 뉴스의 집중화라는 비판을 받아왔다[3][4]. 이러한 전략은 시청률 상승에 어느 정도 유효한 보도 전략인 것으로 확인되고 있다[5]. 종편은 정치 주제를 확대함으로써 중장년층의 시청자를 확보했으며, 지상파에서 볼 수 없었던 강한 논조를 피력함으로써 차별화했다. 특히 종편은 개국 초기 적자 상황을 타개하기 위해 ‘저비용 콘텐츠’로서 뉴스 프로그램을 증가시켰다. 지상파 뉴스가 1분30초 포맷을 유지하는 반면 종편은 뉴스쇼 포맷을 도입해 50대 이상의 시청자층을 대상으로 정치 뉴스에 집중하며 지상파 주제와 차별화하는 모습을 보여왔다[6-8]. 이와 같은 정치 뉴스에 집중된 차별화 전략은 “종편 저널리즘”으로 명명되었고, 한편으로는 다양성을 떨어뜨리고 있다는 비판을 받게 되었다[9-11]. 하지만, JTBC와 같이 종편 내에서도 논조와 주제 구성에서 차별화가 이뤄지는 등 종편 내 다양한 차별화 전략이 실험되면서 현재의 방송 뉴스 구도를 안착시켜왔다[2][10][12][13].

본 연구는 종편 도입 초기 시기의 방송 뉴스의 주제 특성 및 전략 파악을 연구의 목적으로 설정하고 방송된 뉴스의 주제 구성을 내용분석 하고자 하였다. 이는 구체적으로 종편 뉴스가 지상파와 차별화하여 종편 저널리즘을 구축해 가는 도입 초기에 방송 뉴스 콘텐츠가 어떤 변화를 겪었는지를 확인할 수 있을 것이다. 이러한 실증 분석은 방송뉴스 콘텐츠의 주제의 채널별, 플랫폼별 차별성을 연도별로 확인할 수 있는 실증자료를 제시해 줄 것으로 기대된다. 기존 연구들이 종편 연구들이 도입 초기 특정 시점을 중심으로 연구되었던 한계를 극복하여 세부 주제 구성을 시간의 흐름에 따라 살펴봄으로써 지상파와 종편 뉴스의 초기 전략을 파악하고자 한다. 또한 주제의 다양성을 분석함으로써 방송 뉴스 콘텐츠가 우리사회의 다양한 모습을 얼마나 균형 있게 전달하고 있는지 탐구해보고자 한다.

II. 문헌연구

1. 다채널 환경 하에서의 뉴스 생산

특정 이슈에 대한 보도는 이를 주목하게 하거나 현저성을 강조함으로써 수용자들의 인지나 회상, 기억, 태도나 의견에 영향을 미치게 하는 일련의 의제설정 과정이지만[14], 특정 주제를 보도함으로써 시청자를 유인하는 전략이 되기도 한다. 경쟁이 증가하면 수용자 및 시청자의 관심을 더 끌기 위해서 타사와는 차별화된 프로그램, 콘텐츠를 생산해야 하는데, 이때 시청자 유치 경쟁과 관련해서 의미 있는 전략은 차별화 전략이며, 뉴스 시장에서의 차별화는 기자의 전문성이나 보도 주제의 차별화가 될 수 있다[15].

방송 뉴스 콘텐츠는 제한된 시간과 자원을 활용하기 위한 다수의 공동 작업의 결과로, 뉴스의 취재, 편성, 제작 과정에는 방송사의 입장, 제작 관행, 언론인의 특성, 기술적 요인, 뉴스 제작을 둘러싼 다양한 변인들이 개입한다[16]. 방송 뉴스는 경제학에서 말하는 공공재(public goods)로서 한 사람의 소비가 다른 사람의 이용 가능한 소비를 줄이지 않으며, 시청자 한 명을 추가한다고 해서 그 비용이 더 발생하지는 않는다. 특히, 광고

주들이 중요하게 생각하는 시청자를 추가하는 것은 방송사의 수익을 올리는 것으로 이어지기 때문에, 가능하면 많은 사람들에게 도달하게끔 만드는 경제적 압력이 된다[17]. 이러한 관점은 뉴스 선택에서 광고주가 얼마나 지불하느냐가 중요해지며, 시사 보도의 수준을 결정하는 제작자들은 시청자의 수, 광고주들이 이 시청자들에게 매기는 가치, 경쟁 채널의 수를 고려하게 된다[18]. 시청률 측정이 확산되면서 뉴스 편집권자에게 분당 시청률을 비교할 기회가 제공되면서, 치열한 경쟁 속에 시청자를 사로잡는 주제는 방송되고 그렇지 못한 주제는 사라지게 되었다[19].

선행 연구를 살펴보면 국내 지상파 방송들은 정치, 경제, 사건사고 등 전통적인 분야에 대한 보도 비율은 높고 국제 뉴스의 비중은 낮고[20][21], 정치 뉴스는 길이도 길고 우선적으로 보도되고 있는 특징을 보인다[22]. 특정 주제에 영향을 미치는 요인들은 다양하지만, 언론사의 경영 상태, 기업의 규모와 같은 시장 변인의 영향력이 확인되기도 한다[23]. 장하용(2011)에 따르면 미디어 기업의 경영상태가 안 좋을 때 증폭되는 뉴스가 많아지며 장기간 경영 실적이 안 좋았던 언론사들은 정치, 경제, 사회, 북한 뉴스와 같은 전통적인 주제의 기사에 집중하거나 연성주제 기사를 중요기사로 게재하는 정도가 높았다[24]. 방송사가 보유한 기자의 수는 취재가 용한 인력의 수를 의미하는데, 경영 악화로 인한 취재 기자의 감소는 뉴스 주제의 다양성을 떨어뜨리며 방송시간 중복을 야기한다[21][25].

뉴스는 전체 사회의 모습과 전체 구성원들의 모습을 다양하고 균형 있게 보도하여야 한다는 전제 하에 생산되고 있지만, 뉴스가 특정 주제에 대해 편중되고 있음이 지적되어 왔다[26]. 뉴스 주제에 대한 연구는 언론사가 가진 기호나 편향성을 밝히는 데에 유용하며, 언론이 사회 각계각층의 대표적인 모습을 투영하기 위해 뉴스의 취재범위와 대상을 고루 분산하고 있는지 가늠할 수 있는 기준이 된다[27].

2. 뉴스 주제의 다양성

타사가 다루지 않는 주제를 보도한다거나 타사와 다른 관점에서 보도한다는 것은 차별화를 이끌며 뉴스의

다양성을 향상시킨다[28]. 뉴스의 전달자들이 전체 사회와 구성원들의 모습을 다양하고 균형 있게 보도함에 따라 수용자들의 세계관도 다양해지고 민주적 공동체 건설을 위한 여론도 다양해진다[27].

다양성(diversity)이란 미디어를 통해 얼마나 다양한 프로그램과 다양한 관점이 제공되고 있는가를 의미한다. 즉, 미디어가 제공하는 콘텐츠의 내용이나 특성이 차별화된 정도를 다양성을 통해 확인할 수 있다[29]. 특히, 다양성은 미디어 산업의 성과를 평가하고, 정책을 수립하고 집행하는 핵심 원칙이자 개념으로 여겨졌다[30]. 다양성 개념은 미디어 정책 목표의 하나로서 여론 지배력 혹은 미디어 다양성을 확보하고 측정, 평가하려는 노력 속에서 논의되어 왔으며, 방송 산업의 소유규제 완화 흐름 속에 다양성은 정책 목표로서 증진되어야 할 사회문화적인 가치로 다뤄지고 있으며, 이러한 다양성 개념은 민주주의 사회 구현을 위한 기본 전제가 된다. 방송통신위원회가 중편 4곳을 허가한 가장 큰 목표는 지상파 위주로 과점화된 국내 방송시장에 새로운 경쟁을 도입해 프로그램 다양성을 추구하고자 함이다[31]. 또한 방송시장에서 지상파에 집중된 여론조성 기능을 분산시켜 다양한 여론형성을 도모하려는 목표를 담고 있다. 이는 경쟁이 커질수록 프로그램의 질과 다양성이 제고되어 프로그램 선택권 등 수용자의 복지가 향상될 수 있기 때문이다[32].

방송 매체 간 경쟁이 심화되고 있지만 방송사들이 다루는 뉴스의 주제는 오히려 차이가 크지 않다는 점이 입증되어 왔다. 1973년부터 1981년까지 미국의 3대 공중파 네트워크가 보도한 외신 기사 토픽의 유사성을 분석한 결과에 따르면 주제 구성과 기사 길이 및 위치에서 세 네트워크 간에는 큰 차이가 없었다[33]. 마찬가지로 미국 3대 네트워크 방송사와 PBS, CNN 등의 뉴스 프로그램의 주제 선정 순위에는 높은 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다[34]. 중편이 도입되기 전 국내 지상파 3사 뉴스 역시 차별성이 매우 제한적인 것으로 나타났다는데, 이는 국내 방송 뉴스가 치열한 시청률 경쟁을 겪으며 상호 유사한 포맷의 속보 경쟁에 치우침에 따라 차별점을 상실한 것으로 분석되면서 다양성이 떨어질 수 있음이 확인된다[35].

방송의 다양성을 논의할 때에 Napoli의 소스, 내용, 노출이라는 기준이 활용되며, 이때 내용의 다양성은 장르 다양성, 인구 다양성, 의견 및 사상의 다양성 등으로 이루어진다[30]. Napoli의 내용 다양성은 얼마나 다양한 프로그램과 다양한 관점이 제공되고 있는가를 측정함으로써 미디어가 제공하는 콘텐츠의 내용이나 특성이 차별화된 정도를 파악할 수 있다. 여기에는 콘텐츠 장르의 다양성, 프로그램에 등장하는 인물들의 인구사회학적 특성의 다양성, 프로그램이 제공하는 관점의 다양성 등이 포함된다. Napoli의 다양성 분류가 개념적인 차원인 반면 뉴스 다양성 연구는 대체로 주제, 취재원, 관점 세 가지 차원에서 주로 이뤄지고 있다. 주제 다양성은 다양한 관심사를 고루 다루고 있는지를 보는 것이며, 취재원 다양성은 특정 주제를 보도할 때 그에 관계된 다양한 이해 당사자들을 대변하는가이며, 관점의 다양성은 특정한 사안에 대해 다양한 견해와 주장을 담고 있는가의 문제가 된다[36].

국내 방송 뉴스 콘텐츠는 정치 이슈의 집중이라는 비판을 받아왔는데, 이는 국내의 정치적 특성과 역사적 상황에 따른 필연적인 결과로도 해석된다[26]. 하지만, 민주화가 상당히 진전된 최근에도 정치 뉴스 집중 현상이 나타나고 있다는 사실은 국내 뉴스 제작이 정치뉴스를 중요시하는 관행이 고착화된 것으로 볼 수 있다[21]. 또한, 정치 뉴스가 가지고 있는 갈등성, 영향력 등과 같은 뉴스 가치는 시청자의 이목을 끄는 지점이 되며 이는 시청률로 이어지게 된다. 정치 이슈에 대한 '선택과 집중' 전략은 정치 이슈를 선점함으로써 독자적인 시장을 확보하여 경제적 이득을 극대화하고 있는 것으로 볼 수 있다[5].

뉴스에서의 주제 다양성은 결국 내용적으로 얼마나 차별화된 정보와 의견을 시청자들에게 제공하느냐로 정의된다[10]. 주제가 어떻게 구성되어 있는지에 대해 각 주제 유목의 비중을 분석함으로써 다양성 지수를 통해 판단할 수 있다[10][36]. 즉, 다양성을 측정함으로써 어느 한 주제에 쏠림이 있는지, 고르게 분포되어 있는지를 종합적으로 판단할 수 있게 하며, 각 채널이 어떤 주제에 집중하며 의제를 설정하고 있는지를 보여줄 수 있는 것이다.

3. 종편 뉴스의 등장과 뉴스 콘텐츠의 변화

신문은 역사적으로 정파성과 지역성을 기반으로 하고 독자들 또한 이런 점을 고려해서 선택하는 매체인데 반해, 방송은 불특정 다수를 대상으로 하는 영향력을 고려해 공공성이 강조된다. 방송 시장에서 후발 주자인 종편은 기존의 신문 독자를 시청자로 끌어들이어 안정적인 시청률을 확보하는 전략을 취하게 되었다[37]. 종편 뉴스는 신문매체와 같이 특정 사안이나 주제를 중심으로 비교적 긴 시간을 할애하는 보도 전략을 선택하였으며[11], 신속보도와 심층보도를 확대시키며 방송 매체의 전형이라 할 수 있는 지상파와는 차별화된 보도를 생산하게 되었고, 지상파 역시 종편의 도입으로 뉴스의 형식의 변화를 가져왔다[38].

지상파 방송 뉴스가 1분 30초에서 100초 가량의 제한된 도식을 유지하는 반면 종편들은 한 이슈나 테마에 대해 5분에서 길게는 10분까지 편성하거나 사장 혹은 본부장급이 직접 프로를 진행하는 파격을 보이며 심층성을 차별화 지점으로 삼았다[39]. 이러한 종편 저널리즘은 기존 시청자에게 익숙한 간추린 뉴스를 짧게 전달하기보다 다양한 출연진들을 활용하여 제약이 없는 논의 공간을 제공했다는 평을 얻는다. 집중 보도 형식은 정치보도의 과잉으로 이어져 뉴스 품질 측면의 문제점으로 지적되지만[40], 종편이 뉴스 생산과 소비에 새로운 양식을 텔레비전에 도입함으로써 쉽고 재미있게 대화적으로 뉴스를 풀어감에 따라 뉴스의 대중화를 이끌었다고 평가된다[9]. 반면 지상파의 경우 종편의 등장 이후로 심층성이 감소하며 내용에 있어서 기존의 보도 관행이 유지되고 있음이 확인되었다[38].

지상파와 종편에서 방영된 뉴스 아이টে를 비교한 강명현(2016)의 연구 결과에 따르면 지상파 뉴스가 종편보다 주제나 취재원 구성에 있어서 다양성이 더 높았던 반면, 일부 종편 채널의 경우 정치 뉴스 집중 현상이 나타났다며 형식적 차원에서 영상 그래픽과 음악 효과 사용빈도가 높은 특징을 보여주었다[10]. 한수연과 윤석민(2016)의 연구 결과에 따르면 종편 출범 이후 지상파는 심층성보다 정보 제공을 강조하는 전략을 택한 반면, 종편은 해설적이고 분석적인 뉴스를 시도하는 전략으로 차별화한 것으로 나타났다[38].

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

종편의 등장은 지상파, 종편 모두 방송 뉴스 콘텐츠의 변화를 가져왔다. 실제로 내용과 형식에 있어서 여러 변화가 감지되지만 종편 뉴스 주제가 어떻게 구성되어 있고, 이러한 주제 구성이 채널 간 어떤 차이가 있고 어떻게 변화했는지 충분히 검토되지 않았다. 이러한 출범 초기에 대한 논의는 종편이 시장에서 자리를 잡게 된 현재의 방송 뉴스 콘텐츠의 특성을 확인할 수 있는 근거가 될 수 있다. 따라서 본 연구는 먼저 방송뉴스 콘텐츠가 종편 출범 초기 어떻게 주제를 구성하며 차별화했지를 확인하고자 하며, 콘텐츠의 다양성에 있어서 어떤 변화를 가져왔는지 논의하고자 한다.

본 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 <연구문제 1>을 통해 방송 뉴스의 세부 주제가 어떻게 구성되어 있는지를 살펴보고자 한다. 특정 주제가 차지하는 비중 뿐만 아니라 편집에서의 순서와 주요 뉴스의 구성에 있어서의 차이를 종편과 지상파, 채널별로 살펴보고자 한다. 또한 <연구문제 2>를 통해 각 채널들의 주제가 얼마나 다양하게 구성되어 있는지, 주제의 양적 다양성을 탐구해보고자 한다.

RQ 1. 각 채널별 메인뉴스의 주제 구성은 어떻게 나타나는가?

1-1. 각 채널의 세부 주제 비중은 어떻게 나타나는가?

1-2. 각 채널의 주제 순서는 어떻게 나타나는가?

1-3. 각 채널의 주요 뉴스의 구성은 어떠한가?

RQ 2. 각 채널별 메인 뉴스 주제의 다양성은 어떻게 나타나는가?

III. 연구방법

1. 분석 기간 및 표집

본 연구는 종편의 초기 전략을 살펴보기 위해 출범 직후인 2012년, 2013년, 2014년, 2015년의 지상파와 종

편의 메인뉴스를 분석 대상으로 삼았다. 7개 채널의 메인뉴스 프로그램의 4년치 방송을 전량 분석하는 것은 물리적으로 한계가 있기에 표본을 추출하여 분석하였다. Riffe, Lacy, Nagovan & Burkum(1996)의 표집 방법을 이용해 첫 번째 달 첫 번째 월요일을 기준으로 13일 간격으로 28일을 추출하였다[41]. 표집 결과 모든 요일이 4회 수집되는 것으로 나타났다. 단, 2014년의 경우 세월호 사고로 인한 특집 방송이 많았던 관계로 4월 16일부터 7주 동안은 분석대상에서 제외하고 11일 간격으로 추출하였다. 매년 28일씩 총 112일치를 추출하였다.

주제 구성의 통일성을 위해 스포츠 뉴스는 제외하였으며, 오프닝, 클로징, 날씨, 영상 구성 아이템은 분석대상에서 제외하였다. 해당 날짜의 인터넷 다시보기를 이용해 뉴스 주제를 분석하였다.

2. 조작적 정의

2.1 뉴스 주제의 분류 및 비중

뉴스 주제는 어떤 내용을 보도했는지를 알아보기 위한 것으로, 각 뉴스에서 핵심적으로 보도하고자 한 내용과 의제는 무엇이며, 뉴스의 핵심인물은 누구인가를 중심으로 주제를 분류하였다[42]. 뉴스의 주제 분석은 신문 및 방송 뉴스의 주제를 분석한 선행연구의 분류 유목을 참고하였으며[28][42], 주제 현황을 파악하기 위해 대통령, 정당·정부, 행정, 북한, 국방, 외교, 국제, 경제, 비리, 법조, 노동, 사건, 교육/과학, 환경/복지, 의료, 인물동정, 생활정보, 문화 예술, 연예, 기타(스포츠) 등 모두 20개로 세분화하였다. 해당 주제 유목이 차지하는 비중은 해당 뉴스의 다시보기에서 재생되는 시간을 초단위로 입력하여 활용하였다.

신문의 1면이 중요하듯 방송 뉴스는 앞부분에 배치되는 뉴스를 중요하게 여긴다. 마지막으로 갈수록 시청자 이탈이 심해지기 때문에 중요한 뉴스는 앞부분에서 다루게 되며, 이는 각 채널이 중요하게 인식하는 주제가 어떤 것인지에 대해 판단할 수 있는 근거가 된다[22]. 순서가 가지는 중요성을 확인하기 위하여 각 보도의 보도 순서를 측정하였다. 보도순서는 방송사마다 일별 뉴스의 개수가 다른 점을 고려해, 전체 순서를 1에서부터 100으로 설정하여 표준화했다. 따라서 첫 번째 뉴스는

1, 마지막 뉴스를 100으로 놓고, 나머지 가운데 포함된 뉴스는 위치에 따른 값을 가지도록 계산하였다[43].

헤드라인이라고 불리는 '주요 뉴스'는 방송사가 시청자들에게 중요한 뉴스라고 인식하게 만드는 장치로서 주요 뉴스에서 소개되는 주제는 해당 방송사가 무엇을 중요하게 생각하는 것인지를 알려줄 수 있다[22]. 주요 뉴스(헤드라인)는 뉴스가 시작되기 전 요약의 형태로 소개되는 뉴스로 조작적 정의를 하였으며[44], 각 뉴스에 대해 주요 뉴스 포함 여부를 구분하였다

2.2 다양성

본 연구는 이진영·박재영(2010)의 연구를 참고해 다양성을 측정했다[28]. 주제의 양적 다양성은 경쟁사와 비교했을 때 얼마나 다양한 주제를 다루었는가에 관한 것으로 양적 차원의 개념이다.

주제의 양적 다양성을 측정하기 위해서 본 연구는 심슨의 D를 이용하였다. 심슨의 D는 프로그램의 다양성, 신문 주제의 다양성 변화를 분석하는 데에 주로 사용된 지수로서 미디어 시장의 다양성을 측정하는 유용한 지수임이 확인되었다[28]. 심슨의 D는 무작위로 두 개의 샘플을 뽑았을 때 이것이 다른 유목으로 분류될 확률을 뜻하는 것으로 1에 가까울수록 다양성 정도가 높은 것이다. 공식은 다음과 같다.

$$D = 1 - \sum_{i=1}^k p_i^2$$

여기서 k 는 유목의 수, p_i 는 i 번째 유목의 비율 ($i = 1, \dots, k$)을 뜻한다. 이 지수는 0에서 1사이의 값을 갖는데, 모든 샘플이 하나의 유목으로 분류되면 0 값을 갖게 되고, 모든 샘플이 각각 다른 유목으로 분류되면 값은 1이 된다. 0에서 1까지의 값을 가지는 확률값으로서, HHI처럼 거꾸로 해석하는 것이 아니라 값이 클수록 다양성이 높다고 이해할 수 있다.

2.3 코더간 신뢰도

코딩은 연구자와 신문방송학 석사 1명이 2015년 12월부터 2016년 2월까지 석달 간 실시하였다. 약 2주간 훈련을 거쳤으며, 적정 수준의 신뢰도가 확보된 후 본격

적인 내용분석을 시작하였다. 분석 단위는 기사로 설정했으며, 코딩 단위는 기사로 하였다. 코더 간 신뢰도 (intercoder reliability) 검증을 위해 약 10%에 해당하는 12일치 기사를 무작위로 추출하였다. 주제 유목 분류에 대한 코더 간 신뢰도는 코헨의 카파(Cohen's kappa)를 사용하여 검증하였으며, 코헨의 카파 계수는 0.924로 나타났다.

IV. 연구 결과

1. 주제 구성

1.1 주제 분포

2012년 1월부터 2015년 12월까지 분석 대상 112일치의 메인뉴스의 기사를 수집한 결과 7개 채널 총 19,365건의 보도가 분석되었다.

전체적으로 4년간 지상파와 종편 총 7개 채널이 가장 많이 다룬 주제는 정당·정부(18.92%)이며 이어 사건(17.54%), 경제(10.06%) 등의 순으로 집계되었다. 지상파는 사건(18.03%), 경제(13.03%), 정당·정부(9.32%), 국제(8.87%) 등의 순으로 보도하는 것으로 나타났지만, 종편은 정당·정부(24.5%), 사건(17.26%), 경제(8.33%), 북한(7.27%) 순으로 보도하며 차이를 보였다. 특히, 대통령, 정당·정부, 행정, 북한, 국방, 외교 등의 정치 뉴스의 비중은 종편 43.01%, 지상파 22.52%로 종편 뉴스가 정치 주제에 집중되어 있음을 알 수 있다[표 1].

반면, 경제 뉴스의 경우 지상파 평균이 13.03%인데 비해 종편 평균은 8.33%로 5%포인트 정도 차이가 났다. 지상파는 생활 정보 뉴스를 평균 7.42% 보도하고 있는 반면 종편은 평균 3.45% 정도 보도하는 등 그 비중이 낮았으며, 이러한 차이는 의료, 환경·복지, 교육·과학 등의 주제에서도 나타났다. 문화 및 미디어 주제 역시 지상파(4.94%)에 비해 낮은 2.91%를 나타냈으나 연예 보도는 지상파(1.29%)에 비해 높은 것으로 확인되었다(2.42%).

표 1. 2012년~2015년 채널별 주제 비율(특정 주제 방송 시간/전체 방송 시간)(%)

	지상파				종편				전체	
	KBS	MBC	SBS	평균	TV조선	JTBC	채널A	MBN		평균
대통령	2.37	2.00	2.17	2.19	4.09	2.60	4.29	3.90	3.76	3.18
정당·정부	9.55	9.42	8.97	9.32	25.29	21.87	29.15	19.57	24.50	18.92
행정	2.17	1.64	1.62	1.82	1.25	2.87	1.59	1.68	1.82	1.82
북한	4.49	3.30	2.78	3.55	8.04	3.14	10.65	6.08	7.27	5.91
국방	3.33	2.50	2.96	2.94	2.74	3.60	2.50	3.20	2.96	2.96
외교	2.92	2.42	2.75	2.70	2.94	2.36	2.58	2.97	2.70	2.70
국제	9.09	8.25	9.26	8.87	6.70	7.78	5.12	4.75	6.09	7.11
경제	11.74	13.52	13.93	13.03	9.75	7.00	5.96	11.60	8.33	10.06
비리	2.64	2.35	1.80	2.27	4.15	3.67	2.81	3.66	3.53	3.07
법조	1.94	1.51	1.49	1.65	2.20	3.05	1.94	2.39	2.36	2.10
노동	1.62	1.26	1.29	1.40	1.22	1.34	0.86	0.51	0.99	1.14
사건	15.99	19.12	19.13	18.03	16.48	15.74	16.86	20.66	17.26	17.54
교육과학	3.08	2.64	2.10	2.62	1.40	2.67	0.96	1.07	1.50	1.91
환경복지	5.75	5.38	5.84	5.66	1.69	5.33	1.52	2.19	2.60	3.72
의료	5.56	6.77	6.33	6.20	2.68	4.47	2.89	4.34	3.50	4.49
인물	1.57	1.16	0.85	1.20	0.68	1.10	0.89	1.14	0.94	1.03
생활정보	7.83	7.60	6.81	7.42	2.85	3.79	3.05	4.42	3.45	4.91
문화미디어	5.33	3.96	5.51	4.94	2.61	4.12	2.60	2.33	2.91	3.66
연예	0.52	2.04	1.36	1.29	2.05	2.42	2.93	2.15	2.42	2.01
기타	2.53	3.15	3.02	2.89	1.21	1.08	0.84	1.40	1.10	1.76
합계	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1.2 순서와 헤드라인에 나타난 주제 구성의 차이

뉴스 순서는 각 채널에서 중요하게 인식하는 주제의 차이를 보여줄 수 있다. 채널별로 주제에 따라 순서에 차이가 있는지 뉴스 순서를 비교해보았다. 지상파의 뉴스 주제 순서는 대통령(33.76)>외교(35.59)>정당정부(36.06)>북한(39.99) 등의 순서로 나타난 반면, 종편의 경우 대통령(38.19)>북한(39.18)>정당정부(40.36)>비리(40.78) 등의 순서로 나타났다. 지상파와 종편 모두 대통령 소식을 가장 앞부분에 배치하고 있었으며, 정치권 소식을 주요하게 다루고 있었다. 종편 채널들이 북한 뉴스를 상대적으로 앞쪽에 많이 배치하고, 지상파의 경우 생활 정보 소식과 사건사고 뉴스도 앞부분에 배치하는 것으로 확인되었다.

한편, 헤드라인으로 보도된 총 4,290건의 주제 분포를 살펴보면, 전체적으로 사건>정당·정부>경제>생활정보 등의 순으로 나타났다. 지상파는 생활정보, 의료와 같은 생활 밀착형 아이템도 주요 뉴스로 다루고 있음을 확인할 수 있었다. 특히 정당·정부 뉴스의 비중이 3번째로서 사건 사고 소식이나 경제 아이템을 중요하게 다루고 있는 것으로 나타났다. 반면, 종편 4개 채널 모두 사건 뉴스와 정치, 경제 아이템이 공통적으로 주요하게 다루

지고 있었다.

각 채널의 헤드라인에 포함된 주제 비율은 전체 뉴스에서의 주제 비율과 크게 다르지 않다. 지상파 3사 모두 사건>정당·정부>경제>생활정보 순으로 주요 뉴스 비중이 크고, KBS는 북한 아이টে을, MBC와 SBS는 의료 아이টে을을 주요 뉴스로 다루고 있었다. 지상파는 생활정보나 의료 아이টে을과 같은 연성 뉴스에 대해서도 주요 뉴스로 비중 있게 다루고 있는 것으로 확인되었다. 또한 JTBC를 제외한 종편 채널들이 대체적으로 북한 뉴스를 주요 뉴스로 취급하고 있으며 생활정보나 의료 뉴스에 대해서는 주요 뉴스로 다루는 비중이 낮았다.

2. 주제 다양성

방송 뉴스 콘텐츠가 얼마나 다양한 주제를 다루고 있는지 양적으로 확인하기 위해서 앞서 구했던 주제 비율을 이용해 심슨의 D 지수 공식에 대입해 주제 다양성 정도를 확인하고자 하였다.

4년 전체 지상파 3개 채널과 종편 4개 채널의 양적 다양성 값의 평균은 0.83으로 나타났다. 종편과 지상파의 평균 차이는 유의미했으며(t=8.277, df=721.370, p<.001), 종편은 지상파에 비해 주제를 덜 다양하게 다루는 것으

표 2. 순서에 따른 주제의 중요도

주제	대통령	정당정부	기타행정	북한	국방	외교	국제	경제	비리	법조
지상파	33.76	36.06	57.38	39.99	46.45	35.59	61.52	55.24	46.33	55.68
중편	38.19	40.36	52.13	39.18	43.27	44.54	69.66	64.3	40.78	47.62
주제	노동	사건	교육,과학	환경,복지	의료	인물	생활정보	문화 미디어	연예	기타
지상파	52.02	45.28	57.75	59.3	54.33	69.86	42.81	76.1	73.04	43.84
중편	47.66	45.07	58.88	57.35	58.32	66.88	57.46	77.02	69.29	46.58

표 3. 헤드라인 ‘주요 뉴스’ 상위 5개 주제 현황 (%)

	지상파				중편					전체
	KBS	MBC	SBS	평균	TV조선	JTBC	채널A	MBN	평균	
1위	사건 (17.32)	사건 (22.55)	사건 (21.58)	사건 (20.89)	사건 (25.00)	정당- 정부 (20.04)	사건 (21.71)	사건 (21.73)	사건 (20.89)	사건 (20.89)
2위	정당- 정부 (11.79)	경제 (12.54)	경제 (13.67)	경제 (12.61)	정당- 정부 (15.82)	사건 (14.66)	정당- 정부 (19.32)	정당- 정부 (18.77)	정당- 정부 (18.33)	정당- 정부 (14.64)
3위	경제 (11.25)	정당- 정부 (10.24)	정당- 정부 (11.75)	정당- 정부 (11.17)	북한 (9.81)	경제 (6.86)	북한 (11.95)	경제 (10.37)	북한 (8.08)	경제 (10.00)
4위	생활 정보 (9.29)	생활 정보 (9.32)	생활 정보 (6.90)	생활 정보 (8.45)	경제 (6.80)	환경 복지 (6.86)	비리 (5.78)	생활 정보 (7.16)	경제 (7.22)	생활 정보 (6.64)
5위	북한 (5.71)	의료 (8.29)	의료 (6.51)	의료 (6.78)	대통령 (5.54)	비리 (5.94)	경제 (5.58)	북한 (6.42)	비리 (5.44)	북한 (5.78)

로 나타났다. 7개 채널간의 차이를 확인하기 위해 일원 분산분석을 실시하였으며, 채널 간 차이는 유의미한 것으로 나타났다($F(6, 777)=11.842$ $p<.001$). 전체 평균값은 0.83인 가운데, KBS의 값이 0.86으로 가장 커 주제의 양적 다양성이 가장 높았고, 채널A의 양적 다양성은 0.80으로 가장 낮았다. 지상파와 중편 간 주제 다양성의 차이가 뚜렷한 가운데, 중편 4개 채널 모두 KBS에 비해 다양성이 낮지만, 중편 채널 내에서 다양성 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다.

Scheffe의 사후검정 결과 중편 채널 모두 KBS와 차이가 유의미했으며, 채널A는 지상파 3사 모두와, JTBC는 SBS와도 차이가 유의미했다($p<.05$). 앞서 [표 1]에서 보았듯이 특정 주제에 대한 쏠림 없이 상대적으로 주제 유목 분포가 고른 KBS가 가장 다양하게 보도한 것으로 확인된다. 반면, 중편 채널의 경우 정당정부, 대통령, 북한 보도에 집중되어 있어 전체적인 양적 다양성 지수의 값을 낮춘 것으로 보인다.

방송사는 주로 봄과 가을로 개편하기 때문에 분기별로 주제 다양성을 나누어 살펴보았다[38]. 분기별 심슨

의 D값은 최저 0.62에서 최고 0.88 사이로 비교적 넓은 폭으로 분포하고 있으며, 전반적으로 중편의 주제 다양성이 지상파에 비해 낮게 나타난다.

표 4. 중편과 지상파의 주제의 다양성

	N	평균	표준편차	t	df
지상파	336	0.86	.049	8.277***	721.370
중편	448	0.81	.090		
전체	784	0.83			

*** $p<.001$

표 5. 채널별 주제 다양성

채널	N	평균	표준편차	F=11.842**
KBS	112	0.86d	.046	
MBC	112	0.85e	.058	
SBS	112	0.86f	.041	
TV조선	112	0.82a	.073	
JTBC	112	0.81b	.086	
채널A	112	0.80c	.107	
MBN	112	0.82a	.090	
Total	784	0.83	.078	

Scheffe 사후검정 결과 a와 d, b와 d, b와 f, c와 d, c와 e, c와 f 차이가 통계적으로 유의미함($p<.05$).

*** $p<.001$

표 6. 분기별 주제 유목 다양성 지수

년(분기)	지상파				중편				전체	
	KBS	MBC	SBS	평균	TV조선	JTBC	채널A	MBN		평균
2012(1)	0.87	0.81	0.85	0.85	0.87	0.86	0.87	0.85	0.86	0.85
2012(2)	0.87	0.80	0.85	0.85	0.85	0.86	0.85	0.84	0.85	0.85
2012(3)	0.85	0.84	0.84	0.84	0.82	0.80	0.86	0.84	0.83	0.83
2012(4)	0.84	0.85	0.85	0.85	0.64	0.68	0.62	0.65	0.65	0.73
2013(1)	0.88	0.88	0.88	0.88	0.82	0.82	0.78	0.84	0.82	0.84
2013(2)	0.86	0.85	0.86	0.86	0.85	0.83	0.85	0.86	0.85	0.85
2013(3)	0.85	0.82	0.84	0.84	0.81	0.83	0.82	0.82	0.82	0.83
2013(4)	0.88	0.88	0.88	0.88	0.81	0.77	0.79	0.87	0.81	0.84
2014(1)	0.87	0.87	0.87	0.87	0.82	0.79	0.77	0.83	0.80	0.83
2014(2)	0.87	0.84	0.84	0.84	0.83	0.77	0.81	0.83	0.81	0.82
2014(3)	0.85	0.83	0.84	0.84	0.83	0.79	0.77	0.82	0.80	0.82
2014(4)	0.88	0.87	0.87	0.87	0.85	0.83	0.77	0.85	0.83	0.84
2015(1)	0.87	0.87	0.86	0.86	0.85	0.83	0.79	0.82	0.82	0.84
2015(2)	0.86	0.85	0.86	0.86	0.84	0.81	0.79	0.83	0.82	0.84
2015(3)	0.85	0.84	0.85	0.85	0.82	0.84	0.84	0.82	0.83	0.84
2015(4)	0.87	0.84	0.85	0.85	0.85	0.85	0.80	0.83	0.83	0.84
전체	0.86	0.85	0.86	0.86	0.82	0.81	0.80	0.82	0.81	0.83

특히 2012년 4분기 지상파 채널은 큰 변화 없이 주제를 다루고 있었으나 중편의 심슨 D 값이 0.65로 감소하였다. 이는 지상파는 선거 영향이 크지 않았던 반면 중편은 선거 영향을 많이 받았음을 보여준다.

2013년 4분기의 경우 JTBC는 심슨의 D값이 3분기 0.83에서 0.77로 감소하였다. 3분기 정당·정부 뉴스 비중이 18.4%였던 데에 반해 4분기 29.3%로 급증했는데, 이 시기 손석희 사장의 뉴스 진행으로 인한 뉴스 포맷과 주제 선택의 변화로 해석된다. 또한 이후 2014년 4분기의 경우 중편 채널의 다양성 지수 상승 속에서 JTBC의 상승폭이 두드러졌는데, 이 시기 JTBC가 방송 시간을 100분으로 늘임에 따라 보다 다양한 주제의 뉴스를 제공했던 것으로 파악된다. 한편, 2012년 1, 2분기에 MBC의 값이 낮은 것은 이 기간 과업의 영향으로 뉴스 편성이 축소되어 다양한 뉴스를 방송하지 못했기 때문이다.

대선 이후 대체로 중편 방송 뉴스의 다양성 지수는 상대적으로 낮은 다양성을 보여주고 있다. 요약컨대, 중편은 지상파에 비해 낮은 수준의 다양성을 보였는데, 이는 지상파는 다양한 주제를 압축적으로 방송하는 반면, 중편은 다양하게 주제를 다루는 대신 특정 주제 중심으로 집중보도하는 방식으로 차별화한 것으로 해석할 수 있다.

V. 결론 및 함의

분석 결과 첫째, 중편 출범 초기 지상파는 다양한 주제를 폭넓게 다뤘던 반면 중편 뉴스는 정치 뉴스에 집중하며 낮은 다양성을 보여주었다. 이는 다양성 추구라는 중편 채널의 정책적 목표와 배치되는 결과로 해석할 수 있다[10]. 미국의 경우 방송 뉴스 시장의 경쟁이 차별적인 뉴스를 양산하며 주제의 다양성을 높였던 것과 달리[45], 한국은 차별화를 위해 오히려 특정 주제에 집중하는 전략이 나타난 것이다. 지상파 뉴스가 기존의 종합뉴스 성격을 유지하며 다양한 주제의 뉴스를 제공하는 보도전략을 활용하는 상황에서 중편이 차별화할 수 있는 부분은 바로 정치 뉴스의 집중보도가 될 수 있기 때문이다. 지상파 채널들이 상대적으로 고른 시청층을 확보하기 위해 생활 밀착형 아이템을 소홀히 할 수 없지만, 중편의 경우 장년층을 겨냥함에 따라 정치 뉴스에 집중하는 전략을 펼친 것이다. 반면 중편 뉴스는 연예 주제를 다루는 비중이 지상파보다 상대적으로 컸다. 연예뉴스가 갖는 오락적인 흥미와 시각적인 즐거움으로 시청률을 높이려는 상업적 동기가 작동한 결과로, 상업방송에서 연성화가 심화될 수 있음을 보여주고 있다.

둘째, 주제 순서와 주요 뉴스 포함 여부에 있어서 중편은 지상파에 비해 상대적으로 북한 뉴스를 앞쪽에 많

이 배치하고 있었다. 북한 보도 방식은 언론사별 정치 및 이념 지향의 차이를 보여준다. TV조선과 채널A는 북한 주제를 많이 다룰 뿐만 아니라 순서를 주로 앞쪽에 배치하고 주요 뉴스에 포함시키며 지상파와는 차별화된 주제 구성을 보여주었다. 이는 일부 종편 채널들의 경우 북한 뉴스를 중요하게 인식하고 있음이 드러나는 대목이지만 북한 뉴스가 갖는 선정성과 자극성은 시청률을 높일 수 있기 때문에, 종편은 이를 적극 활용할 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 종편 개국 초기 4년 동안 지상파는 다양한 주제의 뉴스 콘텐츠를 제공하는 전략을 유지한 반면, 종편은 다양한 뉴스를 제공하기 보다는 종편에 특화된 정치 주제 등을 집중적으로 보도함으로써 지상파와 차별화하는 전략을 사용했음을 알 수 있었다. 분기별 분석 결과 종편이 처음부터 특정 주제에 집중했던 것은 아니었다. 개국 당시 종편은 지상파와 유사한 뉴스를 만드는 전략을 가지고 시장에 진입했던 것으로 보인다. 그러나 대통령 선거가 있었던 2012년 4분기 종편 뉴스가 지상파와 달리 선거 관련 뉴스에 집중하는 보도 전략을 취함에 따라 다양성 지수가 큰 폭으로 떨어졌다. 이 시기 정치 뉴스에 집중하는 차별화 전략을 실행하면서 시청률이 상승하며 지상파처럼 다양한 뉴스를 방송하기보다는 특정 주제에 집중하는 방식으로 보도 관행을 변화시킨 것으로 보인다.

개국 초기 종편 뉴스가 양적으로 다양성이 떨어지고, 특정 주제에 뉴스가 집중되었다는 분석결과는 종편 뉴스가 정치, 사건사고, 북한 등의 뉴스에 집중하면서 상대적으로 다른 주제들은 소홀하게 다뤘음을 보여준다. 하지만, 이와 같은 주제의 집중이나 아니라 주요 뉴스의 순서 등을 통해 드러난 종편의 뉴스 가치를 살펴보면 종편이 지상파와 어떻게 차별화시켰는지를 확인할 수 있다. 지상파 뉴스가 다양한 뉴스를 다루고 있고, 여러 뉴스 플랫폼이 존재하는 상황에서 종편 뉴스가 차별화할 수 있는 방법은 지상파와 유사한 뉴스를 만들어 경쟁하기 보다는 선택과 집중이라는 전략을 구사하며 대응했던 것이다. 다만 이와 같은 집중형태가 단순히 길어만 길어진 것인지, 아니면 실제로 심층적인 보도를 하고 있는지에 대해서는 별도의 논의가 필요할 것이다.

지상파처럼 다양한 뉴스를 제공하기에 어려운 조건이라면 신문 저널리즘의 특성을 살려 특정 주제를 심도 깊게 다각도로 다루는 방식으로 차별화하는 것이 합리적이기 때문이다[46]. Porter(1998)에 따르면 ‘차별화’와 ‘낮은 원가’와 같은 경쟁 우위 요소는 기업의 전략 선택 모델이 될 수 있는데 이 둘은 트레이드 오프적인 관계에 있기 때문에 기업은 둘 중 하나만 선택할 수밖에 없다[47]. 차별화와 낮은 원가를 동시에 추구하는 것은 장기간 지속하기 어렵기 때문이다[48]. 현재의 종편 뉴스의 차별화는 낮은 원가에 기반 한 차별화이기 때문에 투자를 통한 심층성 확보가 필요하며, 이는 곧 종편의 차별화 지점이자 경쟁력이 될 수 있을 것이다.

본 연구의 결과인 특정 이슈에 대한 심화현상이 다양성 추구라는 종편 채널의 정책적 목표와 배치되는 결과로서 해석될 수 있지만[10], 뉴스 플랫폼이 다양한 현재의 뉴스 환경에서 종편 뉴스가 반드시 다양해야하는지에 대한 근본적인 질문 또한 던진다. 지상파는 공공재인 전파를 사용하기 때문에 다양하고 보편적인 뉴스를 제공해야하는 의무가 있지만 종편의 경우 다양성이라는 규범에서 상대적으로 자유로울 수 있기 때문이다. 뉴스 환경의 변화를 감안해 종편 뉴스가 자리잡은 현재 지상파 뉴스와 종편 뉴스가 어떤 사회적 역할을 해야하는지에 대한 고민 또한 지속적으로 논의되어야 할 것이다. 본 연구는 방송 뉴스가 다루는 세부 주제들의 현황을 파악함으로써 채널별, 플랫폼별 특성 및 전략을 확인할 수 있었다는 데에 의의가 있다. 특히 세부 주제 구성과 배치 등을 살펴봄으로써 채널별로 중요하게 다루는 주제가 무엇인지를 파악할 수 있었다. 또한 본 연구는 7개 채널의 메인 뉴스를 단일 시점이 아닌 4년간의 변화 추이를 분석했지만, 초기 4년의 특성만 확인했다는 한계가 존재한다. 하지만, 초기 4년은 현재의 종편 뉴스의 포맷이 완성된 시행착오의 과정이었다는 것을 감안하면 현재의 종편 뉴스의 특성을 이해하는 데에 도움이 될 수 있을 것으로 생각된다. 연구의 대상이 주제의 다양성에 국한되어 분석했기 때문에, 보도의 품질이나 심층성을 분석하지 못한 한계가 존재한다. 후속 연구에서는 이러한 한계를 극복하고 뉴스의 품질이 어떻게 변화했는지 확인하는 것이 방송 뉴스의 질적 성장에

기여할 수 있을 것이다. 후속 연구는 방송 뉴스 콘텐츠가 어떻게 변화하는지 지속적으로 확인함으로써 현재의 방송 뉴스의 문제점과 개선점을 제시하길 기대한다.

* 이 논문은 유수정의 박사학위 논문 중 일부를 발췌, 수정한 것입니다.

참 고 문 헌

[1] 김영주, 정재민 “신규 채널의 시장 진입에 관한 연구,” 미디어 경제와 문화, 제11권, 제1호, pp.120-170, 2013.

[2] 유수정, 이진호, “메인 뉴스 논조 차별화가 드러낸 한국 중편 저널리즘의 지형,” 한국언론학보, 제61권, 제1호, pp.7-35, 2017.

[3] 김선진, “종합편성 채널 메인 뉴스 차별화 요인 연구,” 디지털디자인학연구, 제12권, 제3호, pp.321-330, 2012.

[4] 윤성욱, “중편채널과 보도 프로그램의 문제점,” 중편 3주년 현황 및 평가 토론회, 2014(12).

[5] <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=31654>, 2016.3.1.

[6] 김춘식, *종합편성채널 및 보도전문채널 뉴스*, 한국언론진흥재단, 2013.

[7] 윤홍근, “종합편성채널의 브랜드 정체성과 브랜드 체계,” 한국콘텐츠학회논문지, 제4권, 제2호, pp.161-171, 2014.

[8] 하주용, “종합편성채널의 초기 성과 분석,” 방송통신연구, 제85호, pp.37-67, 2014.

[9] 홍성일, “중편 저널리즘,” 신문과 방송, 2013(12).

[10] 강명현, “지상파와 중편채널의 뉴스특성 비교연구,” 언론과학연구, 제16권, 제1호, pp.5-36, 2016.

[11] 이기형, “‘중편 저널리즘’의 위상과 함의,” 문화과학, pp.104-128, 2014.

[12] 전범수, “중편, 리메이크, 리얼리티 방송계 달군 3대 키워드,” 신문과 방송, 2013(12).

[13] 조은영, 유세경, “종합편성 채널 도입과 방송 뉴

스 보도의 다양성,” 한국언론학보, 제58권, 제3호, pp.433-461, 2014.

[14] 반현, McCombs, “의제설정이론의 재고찰,” 커뮤니케이션 이론, 제3권, 제2호, pp.7-51, 2007.

[15] S. P. Anderson, *Product differentiation*. New Palgrave Dictionary, 2005.
<http://economics.virginia.edu/people/sa9w>

[16] 정회경, *한국 방송 저널리즘의 발전과 수용자 진화*, 커뮤니케이션북스, 2010

[17] J. H. McManus, *Market-driven journalism: Let the citizen beware?*, Sage Publications, 1994.

[18] J. T. Hamilton, *All the news that's fit it sell*, Princeton University Press, 2004.

[19] T. Rosenstiel, M. Just, T. Belt, A. Pertilla, W. Dean, and D. Chinni, *We interrupt this newscast: How to improve local news and win ratings, too*. Cambridge University Press, 2007.

[20] 이준웅, 황유리, “한국형 방송 뉴스 도식의 발전,” 한국방송학보, 제18권, 제3호, pp.232-292, 2004.

[21] 이지현, 고영철, “제주지역 TV 방송 뉴스의 다양성에 관한 연구,” 언론과학연구, 제8권, 제4호, pp.514-556, 2008.

[22] 이창현, 손승혜, “뉴스 아이템의 특성에 따른 TV 뉴스의 중요도 차이,” 한국언론학보, 제44권, 제1호, pp.412-440, 1999.

[23] T. Atwater, “Product Differentiation in Local TV News,” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.61, No.4, pp.757-762, 1984.

[24] 장하용, “매체 간 경쟁의 심화에 따른 안내적 저널리즘의 약화,” 한국언론정보학보, 제56호, pp.48-70, 2011.

[25] 최용준, 최윤규, “전주지역 지상파3사 방송 메인 뉴스의 중복성에 관한 연구,” 언론학연구, 제19권, 제1호, pp.309-337, 2015.

[26] 심훈, “KBS, MBC, SBS 및 YTN의 뉴스 프로그램 비교,” 방송과 커뮤니케이션, 제5권, 제2호,

pp.68-93, 2004.

[27] 고영철, "한·미의 지역일간지 1면 기사의 다양성 요인 비교분석," 언론과학연구, 제10권, 제1호, pp.5-49, 2010.

[28] 이진영, 박재영, "경쟁 신문의 등장에 따른 신문의 보도 차별화 전략," 한국언론학보, 제54권, 제6호, pp.444-470, 2010.

[29] 이상우, 배선영, *미디어 다양성*, 커뮤니케이션북스, 2011.

[30] P. M. Napoli, *Audience evolution*, Columbia University Press, 2011.

[31] 도준호, "종합편성 채널 도입과 미디어시장 변화," 관훈저널, 제118호, pp.11-17, 2011.

[32] 하주용, "방송콘텐츠산업 활성화를 위한 종합편성채널 도입 정책에 관한 연구," 문화산업연구, 제10권, 제3호, pp.73-98, 2010.

[33] D. Riffe, B. Ellis, M. K. Rogers, R. L. Van Ommeren, and K. A. Woodman, "Gatekeeping and the network news mix," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.63, No.2, pp.315-321, 1986.

[34] 심훈, "KBS, MBC, SBS 및 YTN의 뉴스 프로그램 비교," 방송과 커뮤니케이션, 제5권, 제2호, pp.68-93, 2004

[35] 반현, 홍원식, "국내 지상파 방송 뉴스 포맷 연구," 방송문화연구, 제21권, 제1호, pp.9-38, 2009.

[36] 이진영, 박재영, "한국 신문 보도의 다양성 연구," 한국언론학보, 제54권, 제3호, pp.301-325, 2010.

[37] 장하용, *방송 저널리즘 혁신: 지속과 파괴의 현장*, 커뮤니케이션북스, 2016.

[38] 한수연, 윤석민, "종합편성채널 출범이 지상파 방송 뉴스에 미친 영향," 한국방송학보, 제30권, 제1호, pp.169-210, 2016.

[39] 김택환, "저널리즘으로서 종편뉴스가 나아갈 길," 언론중재, pp.106-110, 2012(봄).

[40] 김관규, "종편 저널리즘 진단," 방송문화, 제376호, pp.39-42, 2013.

[41] D. Riffe, S. Lacy, J. Nagovan, and L. Burkum, "The effectiveness of simple and stratified random sampling in broadcast news content analysis," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.3, No.1, pp.159-168, 1996.

[42] 정수영, 구지혜, "지상파TV 뉴스의 다양성 및 중복성에 관한 연구," 한국방송학보, 제24권, 제5호, pp.415-457, 2010.

[43] 반현, 홍원식, "보도전문 채널의 품질 강화 및 차별화 방안 연구," 한국방송학회 봄철정기학술대회, 2011.

[44] 이창현, "텔레비전 뉴스 아이템의 채널 간 중복률과 정보채널 및 내용적 특성," 한국언론학보, 제48권, 제1호, pp.189-206, 2004.

[45] H. Bae, "Product Differentiation in National TV Newscasts," *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.44, No.1, pp.62-77, 2000.

[46] 김동윤, "방송 저널리즘 변신 미국 차별화된 콘텐츠 부족," 신문과 방송, pp.57-61, 2012(2).

[47] M. E. Porter, *Cluster and the new economics of competition*, 1998.

[48] 김용진, *경영학 사용설명서*, 클라우드나인, 2015.

저 자 소개

유수정(Soojung Yoo)

정회원



- 2002년 2월 : 이화여대 사회생활학과, 신문방송학과(문학사)
- 2004년 8월 : 이화여대 신문방송학과(석사)
- 2016년 8월 : 이화여대 언론홍보영상학과(박사)

▪ 2016년 9월 ~ 현재 : 이화여대 커뮤니케이션·미디어 연구소 연구위원

<관심분야> : 미디어 산업, 저널리즘, 온라인 동영상 콘텐츠