

## 제주지역 일간지 <사람면> 등장인물의 특성 연구\*

이 경 미 · 고 영 철 · 김 경 호

(제주대학교 언론홍보학과 석사)

(제주대학교 언론홍보학과 교수)

(제주대학교 언론홍보학과 교수)

지역신문은 지역밀착성으로 인해 지역민과 친밀감을 형성하는 데 중요한 역할을 한다. 특히 <사람면>은 지역 사람들의 이야기를 다룸으로써 지역민에게 지역 사람들이나 단체들의 소식을 알리는데 중요한 메신저 역할을 하고 있다. 이 연구에서는 제주지역 일간지 <사람면> 등장인물의 특성 분석을 통해 어떠한 사람들이 어떠한 내용으로 보도되고 있는지 알아보고자 했다. 이를 위해 제주지역의 대표적인 일간지인 제주일보, 한라일보, 제민일보의 <사람면>을 1996년부터 2006년까지 5년 단위로 10년 동안 총 5,363건의 기사를 대상으로 분석을 실시했다.

분석결과 <사람면>의 등장인물은 지역사회의 행정 관료나 유지, 그 밖의 엘리트층에 편중되어 전체의 40% 이상이 공무원에 집중되어 있었으며, 성별에 있어서는 남성이 전체의 90%를 차지할 만큼 높게 나타났다. 기사의 지면위치 분석에 있어서도 중앙정부, 광역단체장, 기초단체장 등은 주로 시각적으로 집중도가 높은 윗부분에 위치하고 있는 반면 일반사회단체 구성원이나 일반인들은 주로 집중도가 낮은 아랫부분에 위치하고 있었다. 기사주제에 있어서는 주로 공적인 업무 수행이나 개인의 대외 PR용기사가 보도되고 있었으며, 관련사진 제시에 있어서는 대부분 증명사진

\* 이 논문은 이경미의 석사학위논문(2007)을 대폭 재구성하고 수정, 보완한 것입니다.

크기의 사진이 사용되고 있었다.

이처럼 제주지역 일간지의 <사람면>은 우리 주변에서 흔히 보이는 일반 사람들보다 특정한 사람들 즉, 공무원 위주의 행적 알리기식 보도경향을 보였다. 이러한 보도 행태는 제주지역 특유의 권당문화로 인해 나타나는 지역밀착적 특수성에서 기인한 것이라 볼 수 있으며, 이는 공식적 권력집단과 언론 간의 공생관계를 유추해 볼 수 있는 예라 하겠다.

주제어: 지역신문, 사람면, 등장인물, 정보원, 게이트키퍼, 지위부여기능

## 1. 문제 제기 및 연구 목적

복잡다양하고 능동적인 오늘날의 수용자들은 피상적이고 형식적인 경성기 사보다 실제 자신의 삶에 도움을 주고 삶을 개선시킬 수 있는 생활정보 중심의 연성기사에 보다 많은 관심을 보인다. 이러한 수용자의 특성은 매체의 경계를 허물었으며, 보다 다양한 콘텐츠를 탄생시키기에 이르렀다. 특히 다채널 다매체를 중심으로 한 뉴미디어는 수용자들을 영상매체에 익숙하게 만들었고, 읽는 신문에서 보는 신문으로의 변화를 일으켰다.

1980년대 말은 신문·방송계의 다변화로 언론환경이 크게 달라지기 시작했다. 그 중 대표적인 것이 증면경쟁이었는데, <사람면>은 늘어난 지면을 채우기 위해 기획된 면 중의 하나로 사람들의 이야기를 다룸으로써 독자들 모두가 공감할 수 있는 공공성을 띠겠다고 발표하였다(변달수, 1998). 제주지역 일간지역시 90년대 이후 읍·면 지역의 독자층 확대와 독자 서비스의 확대 차원에서 지역정보 및 활동사항에 대해 알려야 한다는 필요성이 제기되어 지역의 기관/단체 또는 마을 소식을 게재하기 시작하였고, 신문사들의 지면경쟁은 <사람면>을 확대하기에 이르렀다. 쉽게 다가갈 수 있는 사람들의 이야기들로 독자

를 사로잡겠다는 전략인 셈이다.

언론에 있어 ‘공정성’은 한쪽에 치우쳐 평형을 잃는다거나 공기로서의 초연함을 잃어서는 안 되는 것으로 정의한다(이배영 외, 2001, 103쪽). 그러나 당초 독자들의 면으로 만들고자 했던 <사람면>의 기사 대부분이 엘리트 집단에 편중되어 있다는 지적이 일면서 2001년 중앙일보를 시작으로 ‘동정란’을 폐지하기에 이르렀다. 당시 <사람면>의 ‘동정란’ 폐지 결정은 뉴스의 다양화 측면에서 신문업계의 진일보한 변화로 평가되었다. 이처럼 <사람면>은 그 면의 접근권을 다양한 사람에게 개방한 점(이완수, 2006)과 지면별 특성을 더욱 부각시킴으로써 <사람면>의 질도 끌어올릴 수 있는 선택이라는 점(박성희, 2002)에서 긍정적인 평가를 받았다.

한편 제주지역의 주요 일간지를 살펴보면 전국종합, 사설/종합, 자치행정, 사회, 경제, 기획, 문화, 스포츠/레저, 동정, 오피니언 등으로 지면을 구성하여 제주일보, 한라일보, 제민일보가 각 16면, 제주타임스가 12면으로 일요일을 제외한 주 6회에 걸쳐 신문을 발행하고 있다.<sup>1)</sup> 여기에는 일간지임에도 불구하고 사람과 사람들(제주일보, 16면 중 1면), 사람과 사람(한라일보, 16면 중 2면), 일과 사람들(제민일보, 16면 중 2면), 타임스 & 피플(제주타임스, 12면 중 1면) 등 각 신문사마다 1~2면에 걸쳐 도내 주요 인사들의 근황과 각종 일반사회단체의 행사에 관한 기사를 중심으로 한 <사람면><sup>2)</sup>이 있다.

실제 사람들은 자신의 주변에서 일어나는 일이나 다른 사람들의 근황을 이웃과 만나서 직접 듣지 않더라도 여러 매체를 통해 알게 된다. 특히 신문의 <사람면>에서는 주로 지역사회에서 매일 발생하는 지역 사람들이나 단체들이 움직이는 상황들과 관련한 많은 이슈들 가운데 중요한 이슈들을 선별하고 축약하여 메시지로 전달한다. 이로 인해 독자들은 그 지역에서 일어나는 일들에 대해 보다 쉽게 인지하게 된다. <사람면>은 지역민에게 지역에서 발생

1) 제시한 제주지역 일간지의 지면구성은 2006년 11월을 기준으로 하였다.

2) 중앙일간지는 물론 지역일간지에서는 매일 1~2면에 걸쳐 사람과 사람, 사람들, 인물, 사람 일 사람, 피플, 사람과 사람들, 사람과 사람 등의 지면제목으로 기사를 내보내고 있다. 본 연구에서는 인물/단체의 동정을 다룬 이러한 면들을 <사람면>으로 통칭하고자 한다.

하는 사람이나 단체들의 소식을 알리는데 중요한 메신저 역할을 하고 있는 셈이다.

그러나 <사람면>이 지역소식을 알리는데 중추적 역할을 담당함에도 불구하고 인물 동정에 관한 기사는 독자들이 잘 읽지 않는 기사로 분류되어 독자들로부터 외면 받고 있음을 지적한 바 있다(김우룡, 1993; 고영철, 2004; 조수선, 2004; 박재영·전형준, 2006). 결국 중앙은 물론 지역을 막론하고 <사람면>이 독자 중심의 지면이라는 기본 방침에도 불구하고 실제로는 독자의 관심에서 멀리 떨어져 있다.

더구나 중앙일간지의 ‘동정란’ 폐지 현상에도 불구하고 제주지역 일간지의 경우에는 오히려 <사람면>을 증편하여 매일 전체 지면 가운데 1~2면을 인물/단체의 동정을 보도하는 데 할애하고 있다. 이처럼 제주지역에서 <사람면>이 확대되고, 지역신문이 갖고 있는 지역밀착성이라는 속성에도 불구하고 독자들의 관심에서 소외되고 있는 이유는 무엇인지, 중앙일간지에서 폐지된 ‘동정란’이 제주지역에서 더 확대된 이유는 무엇인지, ‘동정란’에 등장하는 주요 인물은 어떤 사람들인지, 이러한 인물들은 어떤 경로를 통해 지면에 보도되고 있는지 등 여러 가지 의문이 제기된다.

지금까지 다뤄진 <사람면>에 대한 연구는 중앙일간지 ‘동정란’의 보도성향 연구(김우룡, 1993; 변달수, 1998)와 인물뉴스를 결정하는 요인에 대한 연구(이완수, 2006)가 있으며, 이들 연구에서는 미디어에 등장하는 인물이 주로 엘리트의 움직임에 주목하는 경향을 보인다고 밝힌바 있다. 그러나 이러한 결과는 지역적 특성이 반영되어 있지 않아 제주지역과 같은 특정지역에서 인물관련 기사들이 어떻게 보도되고 있는지를 설명하는 데에는 한계가 있다. 따라서 이 연구는 중앙일간지의 <사람면> 보도경향과 비교해 볼 때 의미를 가질 수 있을 것이다. 더불어 일상적으로 간과할 수 있는 <사람면> 인물 보도에 대한 흐름을 이해하고 향후 <사람면>의 지면혁신을 통한 발전 방안을 모색하는데 도움을 줄 것으로 기대된다.

따라서 본 연구는 <사람면>의 지면분석을 통해 <사람면>에 등장하는 사

람들은 어떤 직업을 가지고 있는지, 어떠한 주제로 어떻게 보도되고 있는지 등 <사람면>의 보도경향을 밝혀보고자 한다.

## 2. 이론적 논의 및 선행연구 분석

### 1) <사람면>과 지위부여기능

미디어 수용자들은 대체로 미디어가 전해주는 사건이면 그것이 진실한 것이라고 믿는 경향이 있어서 미디어에 등장하는 명사(名士)나 악인(惡人) 모두는 그 나름의 사회적 지위 효과를 얻게 된다(유일상, 2002, 37쪽). 하지만 미디어에 노출되어 사회적 지위를 얻을 수 있는 가능성은 특정인의 지위와 인지도에 따라 달라진다. 이에 대해 터크만(Tuchman, 1978)은 매스 미디어가 ‘뉴스 인물의 사회적 위치’를 고려한다고 설명하면서 가령, 국무장관은 자신의 생각을 뉴스 매체에 낼 수 있지만 보통사람은 접근 자체가 쉽지 않다고 지적하였다. 즉, 사회적 지위가 높은 사람이 일반인에 비해 더 높은 뉴스가치를 갖게 되고 따라서 일반인은 특별한 경우를 제외하고는 미디어의 주목을 받지 못한다는 것이다. 이러한 주장은 미디어를 통한 노출이 사회적 지위를 상승시킨다는 지위부여기능과 맥을 같이 한다고 할 수 있다.

사회적 지위에 따른 계층에 관한 문제는 뉴스 미디어의 콘텐츠에서도 마찬가지로 나타난다. 뉴스는 주로 중상류 계층의 수용자에게 초점을 맞추어 그들의 세계관을 반영하는데 현재 신문사들은 적지 않은 페이지의 신문을 매일 발행하고 있으나 그 가운데 노동자나 일반 근로자와 같은 평범한 사람들과 관련된 기사는 찾아보기 어렵다. 대부분의 경성뉴스는 항상 정치인이나 전문가 집단, 기업 간부 등 권력을 쥐고 있는 사람들을 다루며, 미디어 조직은 주로 시청, 국회, 검찰 등과 같은 권력기관의 주변을 돌아다니며 뉴스를 취재, 보도한다(전석호 역, 2001, 242~243쪽). 이렇듯 뉴스 미디어는 파워엘리트층에 집중하고 있으며, 이를 통해 그들에게 사회적 영향력을 부여하고 있다.

한편 커트 랭과 글래디스 엔젤 랭(Lang, K. & Lang, G. E., 1959)은 의제를 설정할 때 뉴스 미디어의 역할 가운데 하나로 일부 사건, 일부 활동, 일부 집단, 일부 인사 등을 두드러지게 하기 위해 그것들을 강조하며, 각기 다른 이슈가 주목을 끌기 위해서는 각기 다른 양과 종류의 보도를 필요로 한다고 말한다. 고영철(2004)도 특정한 사람과 집단이 신문과 방송에서 자주 보도될수록 중요한 사람으로 인식되는 것을 볼 때, ‘지위부여기능’이 <사람면>과 밀접한 관계가 있다고 지적한다. 또한 임영호·이현주(2001)도 뉴스에 등장하는 인물은 어떤 문제에 관해 깊은 지식을 갖추고 발현할 만한 권위가 있는 사람으로 간주되며, 언론보도를 통해 그 권위는 더욱 강화된다고 주장한다. 즉, 언론보도를 통해 현실을 구성하는 과정에서 영향력과 권력을 행사하게 된다는 것이다. 번스(Burns, 1995) 역시 라디오 음악방송이 반복적으로 특정음악들을 들려줌으로써 상대적으로 더 그 음악들을 강조할 수 있고, 그것을 통해 대중성에 영향을 줄 수 있다고 밝히고 있다.

실제로 집단과 조직을 대표하는 정치지도자들에 관한 보도는 그들에게 권위와 합법적인 지위를 부여하거나 정치활동에 유용한 정보를 제공하고 여론의 향방을 알려주는 기능을 한다. 또한 일반적으로 매스미디어의 뉴스 소재로 등장한 인물은 일반 공중으로부터 권위, 신뢰감 그리고 전문성을 인정받는 혜택을 누린다(최정호 외, 1999, 48~49쪽).

라이트(Wright, 1975)는 미디어 기능에 대해 언급하면서 수용자들이 특정 개인이나 사회 또는 사건들에 대해 긍정적 또는 부정적 이미지를 갖게 되는 것은 미디어가 그들에게 사회적인 지위를 부여함으로써 그 중요도를 결정하기 때문이라고 설명한 바 있다. 그러나 이와 같은 미디어의 배타적 속성으로 인해 여성, 회사원, 주부, 농민, 외국인 근로자 등 약자 혹은 소수그룹의 의견이나 소식이 배제 또는 소외되는 결과를 낳기도 한다(심재철, 1996; 박성희, 2002).

## 2) <사람면>에 대한 게이트키퍼들의 접근<sup>3)</sup>

자신과 밀접한 관련이 있는 뉴스를 선호하는 경향 때문에 근접성은 독자들이 기사를 선택하는 데 있어 중요한 기준이 된다. 그럼에도 불구하고 한국언론연구원(1990)의 <신문 구독 행태 및 주목률 조사>와 지방신문산업의 활성화 방안을 모색한 연구에 따르면, <동정란>에 실리는 기사들에 대한 일반 독자들의 관심은 낮은 것으로 나타났다(고영철, 2004). 또한 뉴스 주제별 구독자의 관심도를 파악한 연구에서도 인물 동정은 가장 관심도가 낮은 주제로 선별되었고, 오히려 현재 구독하고 있는 신문을 미래에도 구독할 가능성이 적은 주변 독자가 인물(인사/동정)기사에 높은 관심을 보이고 있는 것으로 나타났다(조수선, 2004). 독자의 실제 열독률을 조사한 연구에서도 <피플면>은 비열독률 상위 5위 안에 랭크된 바 있다(박재영·전형준, 2006).

이와 같은 현상은 독자들이 <사람면>에서 기대하는 것과 게이트키퍼가 <사람면>에 다루고자 하는 내용이 다름에서 비롯된 것이라 설명할 수 있다. 말하자면, 게이트키퍼가 독자의 열독행태를 정확하게 파악하지 못하고 있는 셈이다. 실제 인물 동정란의 보도행태 연구에 의하면 신문사에서는 누구나 게재를 요청해 오면 지면이 허락하는 한 이 면에 실는다는 원칙을 가지고 있지만 일반 독자가 이를 활용하는 예는 많지 않다고 지적하였다(김우룡, 1993; 변달수, 1998). 더불어 명확한 기사 게재기준이 없어 기사가 많을 경우에는 편집담당 기자가 임의로 취사선택하여 삭제하기도 하고, 기사가 부족할 경우에는 출입처 관리 차원에서 게재 요청이 들어오는 주요기관이나 지명도가 높은 인사의 홍보성 기사가 ‘지면땀질용’으로 상당부분 실리고 있다고 밝힌 바 있다.

결국 특정 인사들을 중심으로 보도하고 있는 중앙일간지 <사람면>은 게이트키퍼의 뉴스선별 과정에 지명성이라는 기사가치와 함께 개인적인 친분이나 연고관계, 그리고 사회나 조직과의 연결망이 개입되고 있음을 암시한다. 이러

3) 게이트키퍼는 다양하게 정의될 수 있으나 본 연구에서는 <사람면>과 직접적으로 관련이 있는 담당기자와국장급 데스크로 한정하였다.

한 결과들에 대해 게이트키퍼들의 인물 뉴스 선택 기준은 뉴스로서의 가치보다 사회적으로 저명성이 있는가, 사회적으로 활동적이고 영향력이 있는 파워 엘리트의 이야기인가, 자사와 관계가 있는 사람인가 등을 가려 선택 보도하는 경향을 보인다고 설명한 바 있다(이완수, 2006). 이처럼 뉴스 선택이 뉴스 가치와 독자의 관심여부를 떠나서 미디어 종사자에 의해 공급자 위주로 이루어지는 까닭에 실제 수용자와는 유리되는 특성을 갖는다(구분권, 2005, 45~46쪽). 이러한 관계들 때문에 <사람면>에서는 독자들이 원하는 기사보다는 신문사의 관행으로 치부되어 온 공직채널의 과잉에서 기인한 보다 접근이 쉬운 기사들을 제공하는 경우가 많은 게 사실이다.

한편 뉴스를 생산하는 과정에서 언론사 조직이나 기자는 사회적 엘리트와 비공식적인 연결망을 구축해 서로의 이익을 주고받으며(김정기, 1999; 김용학, 2004), 사회적 파워 엘리트들과의 연결이나 관계를 뉴스 선택의 중요한 변수로 삼고 있고(김시승, 2004), 공적인 업무수행 과정이 친분과 같은 사적인 관계를 토대로 진행되기도 한다(박동숙·조연하·홍주현, 2001).

이처럼 뉴스의 선택과정에 있어 뉴스가 가져야 할 시의성, 근접성, 저명성, 영향성 등의 요소 이외에도 개인적 혹은 집단적 연고관계, 개인간 혹은 집단간의 이해관계 등 다소 주관적인 요소들 또한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 특히 지역사회의 권력구조와 지역신문이 맺고 있는 관계에 따라 저널리즘 행태가 달라진다는 연구(윤영철·홍성구, 1996; 정상윤, 1996)에서도 시사하듯이 뉴스가 선택되기까지의 게이트키퍼 과정에서 공식적 권력집단과의 관계는 뉴스결정에 있어 중대한 영향을 미친다.

언론의 정보원 선택기준에 있어서도 경제력이나 정치적 영향력이 더한 정보원이 그렇지 못한 정보원보다 더 자주 뉴스에 등장하거나(Gans, 1979), 개인 정보원보다 조직 정보원이 언론에 의해 더 선호된다고 설명한다(Paletz & Entman, 1981). 또한 언론이 어떤 취재원을 사용하는가에 관한 연구에서는 기사에 이용되는 취재원 수가 절대적으로 적고, 그것도 정부 관리와 같은 공식적 권력집단에 지나치게 편중되어 있다고 지적한 바 있다(이원락, 1991; 이재



경·김진미, 2000; 임영호·이현주, 2001; 한국언론재단, 2001). 이동근(2004)은 언론인들은 자신들에게 부여된 직업상의 자율성을 그들이 뉴스기사에서 인용하는 정부 측 정보원들에게 스스로 양도함으로써 결과적으로 현 정부와 정치 엘리트들을 지지한다고 밝혔다. 이러한 현상은 한국 사회구조가 연고주의라는 오랜 유교적 전통에 뿌리를 두고 있는데다 취재 관행상 중요한 정보를 얻어내기 위해 사적인 '관계 맺기'가 불가피하기 때문이다(이완수, 2006).

실제로 중앙일간지를 대상으로 <사람면> 등장인물의 직업유형을 분석한 연구들을 살펴보면 대체로 일반사회단체장, 교수·연구원, 장·차관, 언론인, 기업인 등으로 나타나 이들의 직업은 대개 정부 관리와 같은 공식적 권력집단에 편중되어 있다(김우룡, 1993; 변달수, 1998). 이러한 현상은 픽션에 등장하는 인물의 경우에서도 마찬가지로 나타났는데, 일반적으로 높은 지위의 직업을 가진 등장인물들에 대해서는 과잉 표현되고 있으며 기존의 지배적인 직업은 의사, 국회의원, 법관, 사업가 등 보다 높은 지위에 있는 직업군이라고 설명하고 있다(Seggar & Wheeler, 1973). 또한 텔레비전에 묘사된 직업유형의 연구에서도 중상류층의 직업은 과장된 반면 중하류층의 직업은 축소되어 있고(DeFleur, 1964), 텔레비전이 관리직·전문직을 과대묘사 하고 있으며(Dominick, 1979), 가장 많이 등장하는 전문인 중 의사는 반신반인(伴伸伴人)으로, 간호사는 의사에 종속되거나 성적 대상물로서 묘사되고 있다고 설명한다(Signorielli, 1985).

더구나 <사람면>에 실린 기사 대부분이 안내 및 고지, 모임 참석 및 개최, 인사이동 등으로 홍보성 기사가 대부분이라는 사실은 이를 통해 특정계층의 지위부여와 자기과시에 크게 기여하고 있음을 알 수 있다(김우룡, 1993; 변달수, 1998). 이는 <사람면>이 일부 특정계층의 향유물로 인식되고 있음을 시사한다.

종합해 보면, <사람면>에 등장하는 인물에 대한 기사들이 주로 공공기관이나 단체 등에서 보내오는 보도 자료에 근거한다는 점과 대부분 이들에 관한 기사들이 주가 되고 있음을 알 수 있다. 또한 게이트키퍼 과정에서 공적 권력 구조와 기자 사이에 형성되어 있는 공적, 사적인 연결망에 의해 나타난 결과

라고 유추된다. 이와 같은 보도행태는 결국 여론시장을 권력지향적 편향된 방향으로 유인할 가능성이 커지게 한다(김재영, 2006). 특히 <사람면>은 지역의 사람들이나 단체들이 행하는 각종 이슈들을 둘러싼 커뮤니케이션의 장으로 신문의 의제설정을 통해 여론을 형성하고 독자들에게 영향을 미친다. 그러나 <사람면>에 보도되는 뉴스들을 살펴보면 일반 사람의 특별한 이야기보다는 사회의 저명인사들에 초점을 맞춰 그들의 행적들을 쫓아가고 있음을 알 수 있다. 결국 <사람면>의 의제설정은 시의성과 근접성에서 출발하지만 저명성으로 귀결되는 현실적 모순을 낳고 있는 셈이다.

### 3. 연구문제 및 연구방법

#### 1) 연구문제

미디어는 매일 하루도 빠짐없이 무엇이 중요한지에 대해 보도한다. 그러나 중요하지 않더라도 다른 요인에 의해 중요하게 보도하기도 하며, 중요한 것이라도 중요하지 않게 보도하기도 한다. 특히 <사람면>은 해당 지역의 사람들을 대상으로 한 지면이기 때문에 독자들이 보다 많은 관심을 가질 것이라는 예측이 가능하다. 독자들은 지면화 된 기사들을 통해 주로 어떤 유형의 사람들이 어떤 주제를 가지고 보도되고 있으며, 그들이 지면에서 어느 부분에 위치하는지를 파악함으로써 해당인물의 중요도를 기늠할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 과연 <사람면>에 등장하는 사람들은 어떤 유형의 사람들인지, 이들의 성별은 무엇인지 등의 인구사회학적 속성을 알아보고, 이들의 기사는 지면에서 어느 부분에 위치하고 있는지, 이들의 기사주제는 무엇인지, 관련 사진이 제시되어 있는지 등의 내용적 특성을 분석할 것이다.

<연구문제 1> 등장인물의 직업과 성별은 어떠하며, 이들의 기사는 지면에서 어느 부분에 위치하고 있는가?

<연구문제 2> 등장인물의 기사주제는 무엇이며 관련 사진이 제시되어 있는가?

<연구문제 3> 시점별 등장인물의 유형과 기사주제에는 어떠한 차이를 보이는가?

## 2) 분석대상 신문선정 및 기간

본 연구에서는 제주지역에서 발간되는 대표적인 신문인 제주일보, 한라일보, 제민일보 등 3개 일간지 <사람면>에 보도된 인물 기사를 분석대상으로 선정했다. 이처럼 3개 일간지를 선택한 이유는<sup>4)</sup> 첫째, 제주일보, 한라일보, 제민일보는 각 신문사의 규모, 발행지면 수, 사회적 영향력 등에 있어 상대적으로 비슷한 반면 제주타임스는 다른 세 신문에 비해 다소 열세에 놓여있기 때문이다. 둘째, 제주타임스는 1999년에 주간지로 창간, 2004년에 일간지로 전환한 바 있으나 나머지 세 신문은 1990년 이후 현재까지 정상적으로 발행되고 있으며, 연도별 발행면수와 지면할에 수가 다르긴 하지만 매일 1개면 이상 고정적으로 <사람면>을 발행하고 있기 때문이다.

스탬펠(Stempel, 1952)의 연구에서는 한 신문에 1년 동안 게재된 단일 주제에 대한 기사내용을 분석할 경우, 12일 분 이상의 각 표본에서 나온 결과 간에는 차이가 없다고 하였으며, 라이피, 레이시, 피코(Riffe, Lacy & Fico, 1998)는 일간지의 경우, 구성주 2주치가 1년치 신문의 가장 적절한 표본이라고 보았다. 그러나 본 연구자가 사전에 샘플링을 해 본 결과, 현대로 올수록 <사람면>에 등장하는 인물기사가 줄어들어 따라 매월 하루씩을 추출해서 분석하기에는 분석량이 적은데다 해당일별 기사수의 편차가 있어 이를 일반화하기에는 근거가

4) 한·미·일 신문지면 비교연구(박재영, 2004)에서는 각 신문이 존재하는 환경 내에서의 신문사 규모, 발행지면 수, 독자 수, 사회적 영향력 등에서 상대적으로 비슷한 신문들을 비교대상으로 삼았다. 즉, 페이지 종합일간지라고 보아지는 미국의 뉴욕타임스, 일본의 요미우리신문, 한국의 조선일보를 선택했다. 제주지역 일간지의 문화보도 경향 연구(고영철, 2006)에서도 제주지역 내 4개 일간지 가운데 상대적으로 비슷한 신문들을 비교대상으로 삼았는데, 상대적으로 비슷하더라도 다른 점이 있을 수 있는 신문들의 조합이어야만 연구목적에 맞는 실익이 있다고 설명했다.

다소 부족할 것이라는 판단이 들었다. 따라서 매월 4일치를 추출, 총 48일치를 구성하여 신문을 표집하였다. 각 달의 표본을 선정하는 데는 클락(Clark, 1960)의 회전식 표집방법<sup>5)</sup>을 사용하였다.

분석기간은 1996년 1월 1일부터 2006년 12월 31일까지로 설정했으며, 1996년을 시작으로 5년의 기간을 두고 총 3개 연도로 나누었다. 이는 시간차를 두고 시점별로 그 특징을 분석함으로써 <사람면> 보도경향의 흐름을 보기 위함이다.

### 3) 분석단위

분석단위는 개별 뉴스 기사 단위로 했으며, <사람면>에 게재된 기사로 한정했다. 그러나 <사람면>에 게재된 기사 가운데 단체의 행사나 동정과 관련한 기사 및 부고, 화축, 안내 등을 제외한 기사만 분석대상으로 삼았다. 이는 <사람면>에 등장하는 인물에 대한 집중도를 높이기 위함이다.

<표 1> 시점별 신문사 <사람면>의 인물기사 분포(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	제주일보	한라일보	제민일보	합계
1996년	1179(53.0)	755(49.5)	754(46.8)	2688(50.1)
2001년	748(33.6)	554(36.3)	602(37.3)	1904(35.5)
2006년	299(13.4)	216(14.2)	256(15.9)	771(14.4)
전체	2226(100.0)	1525(100.0)	1612(100.0)	5363(100.0)

최종적으로 분석에 사용된 기사는 <표 1>에서와 같이 제주일보 2,226건, 한라일보 1,525건, 제민일보 1,612건으로 총 5,363건이다.<sup>6)</sup>

5) 클락(Clark, 1960)의 회전식 표집방법은 첫 번째 사례는 제1주 월요일, 두 번째 사례는 제2주 화요일, 세 번째 사례는 제3주 수요일 등의 순서를 뽑는 방법을 말한다. 따라서 본 연구에서는 매 달마다 4일치를 표집하였는데, 1월에는 첫째 주 월요일, 둘째 주 화요일, 셋째 주 수요일, 넷째 주 목요일, 2월에는 다섯째 주 금요일, 여섯째 주 토요일, 첫 번째 주 월요일, 두 번째 주 화요일 등의 순으로 하였다.

#### 4) 분석유목

주요 분석유목은 등장인물의 인구사회학적 속성을 알아보기 위한 것과 등장인물 기사의 내용적 특성을 알아보기 위한 것으로 크게 2가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 등장인물의 인구사회학적 속성을 알아보기 위한 유목들로 등장인물의 직업, 성별을 설정했다. 직업의 경우, 선행연구(이원락, 1991; 김우룡, 1993; 변달수, 1998; 이완수, 2006)와 정보원 연구(이동근, 2004; 김재영, 2006)에서 사용한 유목들과 한국표준직업분류표(2000)를 종합적으로 도출한 뒤 예비조사를 거쳐 제주지역의 특성<sup>7)</sup>에 맞게 조합하고 새로운 유형을 추가했다. 또한 성별은 해당 인물의 이름과 제시된 사진에 따라 구분했다.

이러한 기준에 따라 본 연구에 적용된 분석단위별 유형은 다음과 같다.

##### <등장인물의 직업유형><sup>8)</sup>

- ①중앙정부 ②광역단체장 ③기초단체장 ④지방의회 ⑤정치인 ⑥공무원 ⑦교육계 ⑧경찰·법조계 ⑨금융계 ⑩의료계 ⑪문화·예술·종교계 ⑫전문가 ⑬기업 및 유관단체 ⑭시민사회단체 ⑮일반사회단체 ⑯1차 산업 종사자 ⑰2·3차 산업 종사자 ⑱일반인 ⑲기타

6) 신문사 간 분석기사 수의 차이가 있는 것은 각 신문의 발행면수와 <사람면>에 할애하는 지면 수가 다르기 때문에 나타난 결과이다. 또한 연도별 기사건수가 1996년에 2,688건(50.1%)이었던 반면, 2001년에는 1,904건(35.5%), 2006년의 경우, 771건(14.4%)으로 큰 폭으로 줄어든 것은 1990년대 초, 지면 증면에 따라 <사람면>이 고정지면을 갖게 되면서 개인 관련 기사는 물론 단체의 행사 및 동정에 관한 기사마저 개인에 초점을 두고 기사화하는 관행을 보였기 때문이다.

7) 2006년 7월, 제주도는 외교와 국방, 사법을 제외한 모든 분야에서 중앙정부의 간섭 없이 고도의 독자적인 자치권을 갖게 되는 제주특별자치도가 되었다. 행정계층구조는 기초자치단체인 시·군을 폐지해 제주도 단일 광역체제로 전환되고 주민들이 교육감과 교육의원을 직접 뽑게 되었으며, 국립 경찰과는 별도의 자치경찰제를 도입해 방법과 교통 업무를 담당하게 되었다. 그러나 본 연구의 분석기간인 1996년부터 2006년 가운데 제주특별자치도 시행 이후 연구기간이 6개월인 점에 감안할 때, 연구결과에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 판단하여 직업유형 분류 시 이러한 점을 고려하지 않았다.

8) ① 중앙정부: 대통령, 장관, 국무총리, 행자부 등 행정부처 ② 광역단체장: 도지사 ③ 기초단체

둘째, <사람면>에 보도되는 기사의 내용적 특성을 알아보기 위한 유목들로 지면에서의 기사위치와 기사주제, 관련 사진의 제시 유무를 설정했다. 기사 위치는 지면 가운데 인물 동정 기사가 시작되는 부분을 기준으로 각 기사가 어느 부분에 위치하고 있는지를 파악하였다.<sup>9)</sup> 이는 신문지면 상 주목률<sup>10)</sup>에 근거하여 기사의 위치에 따른 등장인물의 중요도를 보고자 함이다. 기사주제는 선행연구(김우룡, 1993; 변달수, 1998; 이완수, 2006)에서 사용한 유목들과 예비조사를 거쳐 확정했고, 관련 사진의 제시 유무는 신문지면에 실린 사진을 토대로 파악하였다.

<등장인물의 기사주제 유형><sup>11)</sup>

①회의개최 ②회의참석 ③행사개최 ④행사참석 ⑤기념식 개최 ⑥기념식 참석 ⑦격려·당부 ⑧인사이동 ⑨수상·수여 ⑩봉사활동 ⑪사회사업 ⑫기타

장: 제주시장, 서귀포시장, 북제주군수, 남제주군수 ④ 지방의회: 도의회, 기초의회 의원 등 ⑤ 정치인: 국회의원 및 정당인 ⑥ 공무원: 특정직 공무원을 제외한 행정직 공무원 ⑦ 교육계: 총장, 교장, 교육감, 초·중·고 교사 ⑧ 경찰·법조계: 경찰, 검찰, 판사, 검사, 변호사 등 ⑨ 금융계: 은행, 증권 등 금융계 종사자 ⑩의료계: 의사, 한의사, 약사, 간호사 등 ⑪ 문화·예술·종교계: 작가, 화가, 음악가, 목사, 스님 등 ⑫ 전문가: 언론인, 과학자, 회계사, 세무사 등 ⑬ 기업 및 유관단체: 중소기업 이상 기업체나 관련직 종사자, 각종 협회 ⑭ 시민사회단체: 사회 변화, 개선을 목표로 한 단체 ⑮ 일반사회단체: 자생적 조직단체 ⑯ 1차 산업 종사자: 농업, 목축업, 임업, 어업 종사자 ⑰ 2·3차 산업 종사자: 제조업, 서비스업 종사자 ⑱ 일반인: 지역주민, 학생, 주부, 노인 등 ⑳ 기타

9) 제주지역 일간지의 경우, 기사 작성은 보통 7단을 기준으로 하고 있으나, <사람면>의 경우에는 4단을 기준으로 작성하고 있다. 여기서 기사의 위치는 <사람면>의 지면에서 좌우 관계없이 인물기사가 시작하는 순서를 1로 가정하고 하단으로 내려올수록 1을 더하는 방법으로 분석하였다. 이를테면, 첫 번째 인물 기사를 중요도 1로 보았을 때, 두 번째 인물 기사도 중요도 2로, 세 번째 인물 기사도 중요도 3으로 분류하여 다섯 번째 인물까지만 분석하였다. 여기서 지면상 위치 파악이 모호한 박스기사와 취재기사는 분석 대상에서 제외하였다.

10) 구텐베르크는 지면의 왼쪽 위를 POA(Primary Optical Area)라고 하여 이곳을 writing이나 printing의 가장 중요한 지역으로 꼽았다. 그리고 오른쪽 밑은 TA(Terminal Area)라고 하여 이곳을 끝나는 지점, 즉 가장 약한 지역으로 보았다(이배영 외, 「멋진 편집 좋은 신문」, 2001).

#### 5) 분석방법

수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐 SPSS 12.0 통계 프로그램을 사용하여 집계 및 빈도분석을 실시하였고, 각 연구문제에 대한 결과를 얻기 위해 종속변수와 독립변수 간 교차분석( $\chi^2$ )을 실시하였다.

#### 6) 신뢰도 검증

분석 유목간 코딩의 신뢰도를 검토하기 위해 ‘메스컴연구방법론’을 이수하고 다수의 신문지면 분석을 통해 단련이 된 학부생 1명을 통해 분석대상 기사의 5%에 대한 신뢰도 검증을 실시하였다. 신뢰도 측정을 위해 ‘종합적 신뢰도 계수’를 계산한 결과, 코더 내 신뢰도는 분석유목에 따라 등장인물의 직업유형은 0.95, 기사주제에서는 0.93으로 나타났고 그 밖의 유목에서는 완전히 일치했다.

### 4. 연구결과

#### 1) <연구문제 1>에 대한 분석결과

<연구문제 1> 등장인물의 직업과 성별은 어떠하며, 이들의 기사는 지면에서 어느 부분에 위치하고 있는가?

- 11) ①회의개최: 각종 회의, 간담회 등 개최 ②회의참석: 각종 회의, 간담회 등 참석 ③행사개최: 세미나, 특강, 캠페인 등 개최 ④행사참석: 세미나, 특강, 캠페인 등 참석 ⑤기념식 개최: 수료식, 개회식 등 개최 ⑥기념식 참석: 수료식, 개회식 등 참석 ⑦격려·당부: 격려차 방문, 시찰, 당부, 점검 등 ⑧인사이동: 승진, 전보, 취임, 퇴임 등 ⑨수상·수여: 표창장, 공로패 등 수상, 학위 취득 등 ⑩봉사활동: 무료봉사, 일손돕기, 환경정비활동 등 ⑪사회사업: 장학금, 기부금, 물품 기탁 및 전달 ⑫기타

(1) 신문사별 등장인물의 직업유형 분석

<사람면>에 어떠한 사람들이 기사화되고 있는지에 대해 알아보기 위해 중앙정부, 광역단체장, 기초단체장, 정치인, 일반인 등 총 18개의 직업유형으로 분류하여 그들이 어떤 직업을 갖고 있는지 알아보았다.

<표 2> 신문사별 등장인물의 직업분포(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	중앙 정부	광역 단체장	기초 단체장	지방 의회	정치인	공무원	교육계	경찰 법조계	금융계
제주일보	16 (0.7)	19 (0.9)	78 (3.5)	60 (2.7)	13 (0.6)	432 (19.4)	186 (8.4)	112 (5.0)	134 (6.0)
한라일보	12 (0.8)	37 (2.4)	83 (5.4)	93 (6.1)	15 (1.0)	342 (22.4)	100 (6.6)	108 (7.1)	101 (6.6)
제민일보	10 (0.6)	37 (2.3)	122 (7.6)	83 (5.1)	19 (1.2)	349 (21.7)	142 (8.8)	94 (5.8)	104 (6.5)
전체	38 (0.7)	93 (1.7)	283 (5.3)	236 (4.4)	47 (0.9)	1123 (20.9)	428 (8.0)	314 (5.9)	339 (6.3)

구분	의료계	문화 예술 종교계	전문가	기업 및 유관 단체	시민 사회 단체	일반 사회 단체	1차 산업 종사자	2,3차 산업 종사자	일반인	합계
제주일보	63 (2.8)	42 (1.9)	9 (0.4)	74 (3.3)	1 (0.0)	675 (30.3)	34 (1.5)	65 (2.9)	213 (9.6)	2226 (100.0)
한라일보	12 (0.8)	35 (2.3)	7 (0.5)	85 (5.6)	1 (0.1)	319 (20.9)	11 (0.7)	32 (2.1)	132 (8.7)	1525 (100.0)
제민일보	17 (1.1)	49 (3.0)	7 (0.4)	89 (5.5)	0 (0.0)	305 (18.9)	15 (0.9)	35 (2.2)	135 (8.4)	1612 (100.0)
전체	92 (1.7)	126 (2.3)	23 (0.4)	248 (4.6)	2 (0.0)	1299 (24.2)	60 (1.1)	132 (2.5)	480 (9.0)	5363 (100.0)

\*  $\chi^2=213.703$   $df=34$   $p<.000$

<표 2>에서 보여지듯이 <사람면>에 가장 많이 등장하는 직업유형은 일반 사회단체에 속해있는 사람들이 24.2%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는



공무원(20.9%), 일반인(9.0%), 교육계(8.0%), 금융계(6.3%), 경찰법조계(5.9%), 기초단체장(5.3%) 순으로 나타났다. 반면 중앙정부(0.7%), 전문가(0.4%), 시민사회단체(0.0%)는 다소 낮게 집계되었다.

이처럼 일반사회단체의 비율이 높은 이유는 각종 마을단위 부녀회나 청년회, 협의회 등 사적인 조직의 동정을 다루는 기사들이 그 단체의 대표자 중심으로 기사화되었기 때문이다.<sup>12)</sup> 반면 일반인의 빈도가 높은 이유는 각 마을의 선출직이라 볼 수 있는 이장, 통장 등을 일반인에 포함, 이들의 동정을 다루는 기사가 많았기 때문으로 풀이할 수 있다. 또한 전문가 집단의 비율이 낮은 이유는 지역적 특성에서 오는 전문가 부재에서 비롯된 문제로 풀이되며, 중앙정부의 경우에는 중앙정부의 소식이 지역주민에게 심리적으로 가깝지 않은 데서 기인, 이들에 대해 중요도를 부여하지 않았기 때문이라고 판단된다.

그러나 대부분의 직업분포가 공무원, 교육계 종사자, 금융계 종사자 등에 편중되어 있다는 점에서 지역사회에서 지도자적 위치를 갖고 있는 행정 관료나 유지, 그 밖의 엘리트층이 <사람면>의 주요 등장인물임을 알 수 있다. 또한 공직자 집단만 놓고 봤을 때, 이들이 전체의 41.2%를 점유, 타 유목에 비해 상대적으로 높은 것을 알 수 있다.<sup>13)</sup> 이는 제주지역 일간지 <사람면>에 등장하는 인물 대부분이 공무원에 집중되어 있다는 사실을 보여준다.

한편 특이할만한 점은 시민사회단체의 기사건수가 단지 2건으로 집계되었다는 것이다. 이는 특정한 목적을 갖고 복잡 다변한 사회를 견제할 단체가 아직은 활성화되어 있지 않았음을 간접적으로 알려주는 대목이다.

12) 예시 1) 인사나누기 캠페인 ▲양화순 제주시 일도2동 새마을부녀회장과 회원들은 5일 관내 신천지아파트 등지에서 동민간 인사나누기 캠페인을 실시했다. 예시 2) 불우노인 급식봉사 ▲강옥자 제주시 아라동 새마을부녀회장과 회원들은 5일 제주도 노인복지회관에서 제주시내 불우노인 80여명을 대상으로 급식봉사활동을 벌였다(제주신문 1996년 2월 6일).

13) 공직자 집단은 제주지역의 인구대비 공무원 비율이 높기 때문에 정확한 분류를 위해 「인사관계법령에 따른 인사관리지침」에 근거, 직렬별 공무원의 상당계급기준표를 참조하여 고위공직자는 1~3급, 중간공직자는 4~5급, 하위공직자는 7급 이하로 구분하였다. 이를 세분화하여 집계한 결과 중간공직자(1191명, 22.2%), 고위공직자(868명, 16.2%), 하위공직자(149명, 2.8%)로 나타나 전체의 41.2%가 공직자임을 알 수 있었다.

(2) 신문사별 등장인물의 성별 분석

미디어와 성별에 관한 문헌들에서는 미디어의 출연 빈도에 있어 여성과 남성이 근본적으로 불평등하다는 것을 시사하고 있다. 그렇다면 제주지역의 경우에는 어떻게 나타나는지를 알아보기 위해 <표 3>에서는 신문사 간 <사람면> 등장인물의 성별분포를 살펴보았다.

<표 3> 신문사별 등장인물의 성별분포(단위: 건수, ( )안은 %)

구 분	남 성	여 성	합 계
제주일보	1912(85.9)	314(14.1)	2226(100.0)
한라일보	1359(89.1)	166(10.9)	1525(100.0)
제민일보	1454(90.2)	158(9.8)	1612(100.0)
전체	4725(88.1)	638(11.9)	5363(100.0)

\*  $\chi^2=18.607$  df=2 p<.000

<표 3>를 보면 제주일보의 경우, 남성의 비율이 타 신문에 비해 다소 낮기는 하지만 전체적으로는 남성이 차지하는 비율이 90%에 육박, 그 비율이 압도적으로 높음을 알 수 있다. 여기에는 여성들이 남성들에 비해 상대적으로 비활동적인 이유도 있겠지만, 대부분 행정 관료나 엘리트층의 성별분포에 있어 남성이 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있기 때문이라고 보인다. 그러나 신문사별 성별분포에서 보면, 제주일보가 14.1%를 차지, 다른 두 신문보다 상대적으로 여성의 비율이 높은 것을 알 수 있는데, 이는 평균 분포인 11.9% 보다 높은 것으로 나타나 제주일보에서는 미미하게나마 다양한 여성의 기사를 보도하고 있음을 유추할 수 있다.

(3) 지면위치에 따른 등장인물의 직업유형 분석

신문은 발생한 모든 일들을 보도할 만한 지면을 가지고 있지 않다. 이처럼 신문에 실리는 기사는 한정된 지면으로 인해 기사가 갖는 상대적 가치에 따라

계제 여부가 결정된다. 결국 지면위치는 그 해당 일에 어떤 사람이 계제되었느냐에 따라 상대적으로 다른 위치를 차지할 수 있다.

<표 4> 지면위치 중요도에 따른 등장인물의 직업유형(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	중앙 정부	광역 단체장	기초 단체장	지방 의회	정치인	공무원	교육계	경찰 법조계	금융계
중요도1	9 (1.9)	65 (13.4)	104 (21.5)	54 (11.2)	24 (5.0)	59 (12.2)	57 (11.8)	36 (7.4)	12 (2.5)
중요도2	4 (0.9)	0 (0.0)	59 (13.5)	35 (8.0)	7 (1.6)	93 (21.3)	56 (12.8)	51 (11.7)	28 (6.4)
중요도3	2 (0.6)	0 (0.0)	29 (8.1)	32 (8.9)	3 (0.8)	82 (22.8)	44 (12.3)	31 (8.6)	28 (7.8)
중요도4	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (5.4)	13 (4.7)	2 (0.7)	60 (21.7)	32 (11.6)	18 (6.5)	26 (9.4)
중요도5	1 (0.5)	1 (0.5)	3 (1.4)	7 (3.3)	0 (0.0)	38 (18.1)	19 (9.0)	14 (6.7)	18 (8.6)
전체	16 (0.9)	66 (3.7)	210 (11.9)	141 (8.0)	36 (2.0)	332 (18.8)	208 (11.8)	150 (8.5)	112 (6.3)

구분	의료계	문화 예술 종교계	전문가	기업 및 유관 단체	시민 사회 단체	일반 사회 단체	1차 산업 종사자	2,3차 산업 종사자	일반인	합계
중요도1	5 (1.0)	2 (0.4)	2 (0.4)	13 (2.7)	0 (0.0)	33 (6.8)	1 (0.2)	2 (0.4)	6 (1.2)	484 (100.0)
중요도2	8 (1.8)	11 (2.5)	0 (0.0)	20 (4.6)	0 (0.0)	51 (11.7)	6 (1.4)	2 (0.5)	6 (1.4)	437 (100.0)
중요도3	7 (1.9)	5 (1.4)	3 (0.8)	12 (3.3)	0 (0.0)	67 (18.7)	4 (1.1)	4 (1.1)	6 (1.7)	359 (100.0)
중요도4	3 (1.1)	14 (5.1)	1 (0.4)	13 (4.7)	0 (0.0)	58 (21.0)	2 (0.7)	2 (0.7)	17 (6.2)	276 (100.0)
중요도5	8 (3.8)	5 (2.4)	1 (0.5)	15 (7.1)	0 (0.0)	53 (25.2)	4 (1.9)	8 (3.8)	15 (7.1)	210 (100.0)
전체	31 (1.8)	37 (2.1)	7 (0.4)	73 (4.1)	0 (0.0)	262 (14.8)	17 (1.0)	18 (1.0)	50 (2.8)	1766 (100.0)

\*  $\chi^2=486.087$   $df=64$   $p<.000$

한편 가로쓰기 신문의 경우, 기사가 왼쪽에서 오른쪽으로 쓰이기 때문에 왼쪽 상단에 위치한 기사가 가장 중요한 기사라고 할 수 있다. 따라서 <사람면> 등장인물이 지면에서 어느 부분에 위치하고 있는지를 파악함으로써 그 인물의 중요도 정도를 가늠할 수 있다.

지면위치 상 중요도 1부터 중요도 5까지 랭크된 총 1,766건의 기사 가운데 가장 많이 등장하는 직업유형은 공무원으로 무려 18.8%를 차지했고, 그 다음으로는 일반사회단체(14.8%), 기초단체장(11.9%), 교육계(11.8%), 경찰·법조계(8.5%) 순으로 나타났다. 한편 시민사회단체(0.0%), 전문가(0.4%), 중앙정부(0.9%), 2·3차 산업 종사자(1.0%), 1차 산업 종사자(1.0%)의 비율은 비교적 낮게 나타났다.

이와 같은 분석결과를 종합해 보면, 중앙정부, 광역단체장, 기초단체장, 정치인 등은 주로 중요도가 높은 부분에 위치하고 있으며, 공무원이나 교육계, 경찰·법조계 종사자들은 중간 부분에 위치하고 있는 반면 문화·예술·종교계나 기업 및 유관단체, 일반사회단체나 1·2·3차 산업종사자, 일반인들은 주로 중요도가 낮은 부분에 위치하고 있음을 알 수 있다.

더욱 놀랄만한 사실은 중요도 1부터 중요도 5까지에 체크되는 인물의 대다수가 공무원 집단(55.9%)에 집중되어 있다는 점이다.<sup>14)</sup> 더구나 공무원을 포함한 엘리트 계층의 비율이 전체의 60%를 넘는다는 결과를 놓고 볼 때, 단체나 협회에 참여하지 않은 일반인에게 있어 지면 접근 비율은 전체의 5%가 채 안 되는 수치가 보여주는 것처럼 일반인들은 언론의 주목을 별로 받지 못하고 있었다. 반면 사회적으로 인지도가 높고 비교적 지위나 신분이 높은 사람들이 먼저 게재되고 있음을 알 수 있다.

#### (4) 지면위치에 따른 등장인물의 성별 분석

앞서 분석에서도 나타났듯이 <사람면>에 등장하는 인물의 대다수는 남성

14) 공직자를 세부 유형으로 분류하여 분석한 결과, 고위공직자(551명, 31.2%), 중간공직자(419명, 23.7%), 하위공직자(18명, 1.0%)로 나타나 전체 55.9%로 집계되었다.

<표 5> 지면위치 중요도에 따른 등장인물의 성별유형(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	남성	여성	합계
중요도1	471(97.3)	13(2.7)	484(100.0)
중요도2	424(97.0)	13(3.0)	437(100.0)
중요도3	339(94.4)	20(5.6)	359(100.0)
중요도4	249(90.2)	27(9.8)	276(100.0)
중요도5	190(90.5)	20(9.5)	210(100.0)
전체	1673(94.7)	93(5.3)	1766(100.0)

\*  $\chi^2=30.040$  df=4 p<.000

이 차지하고 있었다. 그렇다면 지면위치에 따른 성별의 분포는 과연 어떻게 나타나고 있는지에 대해 알아보기 위해 다음의 <표 5>에서는 지면위치와 성별 간 교차분석을 실시하였다.

앞서 <사람면> 등장인물의 성별분포에서도 보았듯이 지면위치에 있어서도 남성의 비율은 전체의 95%에 육박하여 압도적인 수치를 기록했다. 또한 남성의 경우, 주로 중요도가 높은 위치에 게재되고 있는 반면 여성은 주로 중요도가 낮은 위치에 게재되고 있었다. 이러한 결과는 인물의 직업유형과 사회적 지위와도 상관관계를 보이고 있는데, 그 주된 이유는 남성이 여성에 비해 직업유형이나 지위에 있어 우월한 위치를 점하고 있기 때문이라고 해석된다.

## 2) <연구문제 2>에 대한 분석결과

<연구문제 2> 등장인물의 기사주제는 무엇이며 관련 사진이 제시되어 있는가?

### (1) 신문사별 등장인물의 기사주제 분석

다음의 <표 6>에서는 신문사간 <사람면> 등장인물의 주된 기사주제가 무

<표 6> 신문사별 기사주제 유형(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	회의 개최	회의 참석	행사 개최	행사 참석	기념 식개 최	기념 식참 석	격려 /당부	인사 이동	수상 /수여	봉사 활동	사회 사업	기타	합계
제주 일보	359 (16.1)	91 (4.1)	345 (15.5)	52 (2.3)	107 (4.8)	29 (1.3)	273 (12.3)	146 (6.6)	131 (5.9)	274 (12.3)	414 (18.6)	5 (0.2)	2226 (100.0)
한라 일보	123 (8.1)	99 (6.5)	219 (14.4)	99 (6.5)	35 (2.3)	32 (2.1)	233 (15.3)	205 (13.4)	153 (10.0)	98 (6.4)	223 (14.6)	6 (0.4)	1525 (100.0)
제민 일보	149 (9.2)	77 (4.8)	260 (16.1)	103 (6.4)	46 (2.9)	35 (2.2)	266 (16.5)	185 (11.5)	153 (9.5)	89 (5.5)	247 (15.3)	2 (0.1)	1612 (100.0)
전체	631 (11.8)	267 (5.0)	824 (15.4)	254 (4.7)	188 (3.5)	96 (1.8)	772 (14.4)	536 (10.0)	437 (8.1)	461 (8.6)	884 (16.5)	13 (0.2)	5363 (100.0)

\*  $\chi^2=304.988$   $df=22$   $p<.000$

엇인지를 살펴보았다.

<표 6>에서도 알 수 있듯이 사회사업이 16.5%로 가장 높은 비율을 차지했고, 그 다음으로는 행사개최(15.4%), 격려/당부(14.4%), 회의개최(11.8%), 인사이동(10.0%) 순으로 나타났다. 특히 제주일보의 경우, 사회사업이 18.6%로 가장 높은 비율을 보였고, 한라일보와 제민일보의 경우에는 격려/당부가 각각 15.3%, 16.5%로 가장 높게 나타났다. 이처럼 <사람면>이 행사참석, 격려/당부, 사회사업 등 개인의 근황을 알리는 기사가 많은 점은 보다 중요한 뉴스 가치가 있는 기사의 경우 정치면, 경제면, 사회면 등에 실리고, <사람면>에서는 다소 가벼운 기사들을 배치하는 관행 때문에 나타난 결과이기도 하지만 <사람면>이 특정인물의 퍼블리시티 공간으로 활용되고 있음을 시사한다.

(2) 신문사별 등장인물의 사진제시 분석

기사에서 사진이나 그림은 매우 중요한 역할을 한다. 특히 보도사진은 뉴스와는 달리 말 대신에 사진이라는 시각적 언어를 표현수단으로 하고 있다(강상현, 2002, 115쪽). 따라서 등장인물의 단순한 증명사진일지라도 관련 사진의 제

<표 7> 신문사별 사진제시 유형(단위: 건수, ( )안은 %)

구 분	증명사진	취재사진	없 음	합 계
제주일보	1798(80.6)	47(2.1)	385(17.3)	2226(100.0)
한라일보	1096(71.9)	88(5.8)	341(22.4)	1525(100.0)
제민일보	1161(72.0)	69(4.3)	382(23.7)	1612(100.0)
전체	4051(75.5)	204(3.8)	1108(20.7)	5363(100.0)

\*  $\chi^2=67.645$   $df=4$   $p<.000$

시를 통해 그 사람에게 부여되는 중요도가 다를 수 있다. 아래의 <표 7>에서는 <사람면> 등장인물 기사에 사진이 제시되어 있는지, 어떤 사진을 제시하고 있는지에 대해 분석하였다.

분석결과 증명사진 제시가 전체의 75.5%를 차지, 세 신문 모두 70% 이상으로 나타나 증명사진 크기의 사진을 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 한정된 지면에 보다 많은 기사를 보도하기 위해 단순한 동정 위주의 기사를 게재하면서 나타난 현상이라고 보아진다.

또한 사진이 제시되지 않은 기사의 비율이 20% 이상으로 다소 높게 나타난 것은 단순한 일회성 기사를 게재함으로써 사전에 관련 사진을 구하지 못했기 때문으로 풀이된다. 이러한 관행은 각 신문에 구축되어 있는 데이터베이스를 근거로 사진을 게재하기 때문에 다소 시의성이 떨어진 사진들이 활용되는 경향을 보이며, 사전에 정확한 확인절차 없이 게재되면서 동명이인에 대한 오보도 나타나고 있었다. 특히 같은 날 각 신문사별로 동일한 보도 자료를 근거로 기사를 선택함으로써 동일한 사진을 사용하는 사례가 다수 발견되었고, 신문사 자체적으로 구축해 온 데이터를 기반으로 사진을 게재함에 따라 신문사별로 같은 인물임에도 불구하고 다른 사진을 보도함으로써 발생하는 인물에 대한 혼란도 있었다.

3) <연구문제 3>에 대한 분석결과

<연구문제 3> 시점별 등장인물의 유형과 기사주제에는 어떠한 차이를 보이는가?

(1) 시점별 등장인물의 직업유형 분석

사회가 다변화되고 다양한 직업유형이 생겨나면서 시대별, 시기별로 선호하는 직업이 달라지고 있다. 따라서 각 시점별 <사람면> 등장인물의 직업유형을 분석해 보면, 각 시점별로 어떤 직업을 갖고 있는 사람들이 그 시대를 이끌어 왔는지 알 수 있다. 다음의 <표 8>에서는 시점별로 <사람면>에 등장하는 인물들의 직업유형에 대해 살펴보았다.

<표 8> 시점별 등장인물의 직업유형(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	중앙 정부	광역 단체장	기초 단체장	지방 의회	정치인	공무원	교육계	경찰 법조계	금융계	의료계	
1996년	제주	1 (0.1)	5 (0.4)	24 (2.0)	21 (1.8)	1 (0.1)	210 (17.8)	64 (5.4)	37 (3.1)	71 (6.0)	29 (2.5)
	한라	3 (0.4)	15 (2.0)	36 (4.8)	53 (7.0)	9 (1.2)	154 (20.4)	42 (5.6)	42 (5.6)	57 (7.5)	3 (0.4)
	제민	4 (0.5)	18 (2.4)	64 (8.5)	56 (7.4)	9 (1.2)	157 (20.8)	40 (5.3)	34 (4.5)	50 (6.6)	5 (0.7)
	전체	8 (0.3)	38 (1.4)	124 (4.6)	130 (4.8)	19 (0.7)	521 (19.4)	146 (5.4)	113 (4.2)	178 (6.6)	37 (1.4)
2001년	제주	10 (1.3)	10 (1.3)	44 (5.9)	25 (3.3)	8 (1.1)	143 (19.1)	95 (12.7)	32 (4.3)	36 (4.8)	28 (3.7)
	한라	7 (1.3)	20 (3.6)	41 (7.4)	30 (5.4)	4 (0.7)	138 (24.9)	40 (7.2)	52 (9.4)	25 (4.5)	3 (0.5)
	제민	6 (1.0)	18 (3.0)	48 (8.0)	16 (2.7)	4 (0.7)	133 (22.1)	86 (14.3)	35 (5.8)	18 (3.0)	8 (1.3)
	전체	23 (1.2)	48 (2.5)	133 (7.0)	71 (3.7)	16 (0.8)	414 (21.7)	221 (11.6)	119 (6.3)	79 (4.1)	39 (2.0)
2006년	제주	5 (1.7)	4 (1.3)	10 (3.3)	14 (4.7)	4 (1.3)	79 (26.4)	27 (9.0)	43 (14.4)	28 (9.0)	6 (2.0)
	한라	2 (0.9)	2 (0.9)	6 (2.8)	10 (4.6)	2 (0.9)	50 (23.1)	18 (8.3)	14 (6.5)	19 (8.8)	6 (2.8)
	제민	0 (0.0)	1 (0.4)	10 (3.9)	11 (4.3)	6 (2.3)	59 (23.0)	16 (6.3)	25 (9.8)	36 (14.1)	4 (1.6)
	전체	7 (0.9)	7 (0.9)	26 (3.4)	35 (4.5)	12 (1.6)	188 (24.4)	61 (7.9)	82 (10.6)	82 (10.6)	16 (2.1)



구분	의료계	문화·예술·종교계	전문가	기업 및 유관단체	시민·사회단체	일반·사회단체	1차 산업 종사자	2,3차 산업 종사자	일반인	합계	
1996년	제주	29 (2.5)	17 (1.4)	0 (0.0)	25 (2.1)	1 (0.1)	491 (41.6)	23 (2.0)	28 (2.4)	131 (11.1)	1179 (100.0)
	한라	3 (0.4)	19 (2.5)	1 (0.1)	28 (3.7)	0 (0.0)	198 (26.2)	3 (0.4)	23 (3.0)	69 (9.1)	755 (100.0)
	제민	5 (0.7)	21 (2.8)	2 (0.3)	21 (2.8)	0 (0.0)	182 (24.1)	8 (1.1)	22 (2.9)	61 (8.1)	754 (100.0)
	전체	37 (1.4)	57 (2.1)	3 (0.1)	74 (2.8)	1 (0.0)	871 (32.4)	34 (1.3)	73 (2.7)	261 (9.7)	2688 (100.0)
2001년	제주	28 (3.7)	22 (2.9)	6 (0.8)	31 (4.1)	0 (0.0)	152 (20.3)	9 (1.2)	33 (4.4)	64 (8.6)	748 (100.0)
	한라	3 (0.5)	8 (1.4)	1 (0.2)	33 (6.0)	1 (0.2)	95 (17.1)	8 (1.4)	8 (1.4)	40 (7.2)	554 (100.0)
	제민	8 (1.3)	21 (3.5)	0 (0.0)	37 (6.1)	0 (0.0)	99 (16.4)	5 (0.8)	10 (1.7)	58 (9.6)	602 (100.0)
	전체	39 (2.0)	51 (2.7)	7 (0.4)	101 (5.3)	1 (0.1)	346 (18.2)	22 (1.2)	51 (2.7)	162 (8.5)	1904 (100.0)
2006년	제주	6 (2.0)	3 (1.0)	3 (1.0)	18 (6.0)	0 (0.0)	32 (10.7)	2 (0.7)	4 (1.3)	18 (6.0)	299 (100.0)
	한라	6 (2.8)	8 (3.7)	5 (2.3)	24 (11.1)	0 (0.0)	26 (12.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	23 (10.6)	216 (100.0)
	제민	4 (1.6)	7 (2.7)	5 (2.0)	31 (12.1)	0 (0.0)	24 (9.4)	2 (0.8)	3 (1.2)	16 (6.3)	256 (100.0)
	전체	16 (2.1)	18 (2.3)	13 (1.7)	73 (9.5)	0 (0.0)	82 (10.6)	4 (0.5)	8 (1.0)	57 (7.4)	771 (100.0)

\* 1996년 :  $\chi^2=224.979$   $df=34$   $p<.000$

\* 2001년 :  $\chi^2=107.339$   $df=34$   $p<.000$

\* 2006년 :  $\chi^2=42.283$   $df=32$   $p<.106$

시점별 <사람면> 등장인물의 직업유형 추이를 보면, 1996년에서부터 2006년으로 올수록 공무원, 교육계, 경찰법조계, 의료계, 문화·예술·종교계, 전문가, 기업 및 유관단체의 비율은 높아졌으나 일반사회단체, 1차 산업 종사자, 2·3차 산업 종사자, 일반인의 보도비율은 대폭 감소하는 추세를 보였고, 그 밖의 다른 유목에서는 별다른 차이를 보이지 않았다.

2006년의 경우, 제주특별자치도가 공포됨에 따라 행정구역이 개편, 모든 권력이 제주특별자치도지사에게 집중됨에 따라 자연스럽게 <사람면>에서도 도지사

의 등장비율이 높아질 것이라 판단했지만, 오히려 그 비율이 1996년에 1.4%를 차지, 2001년 2.5%, 2006년에는 0.7%로 집계되는 등 감소 추세를 보였다.

한편 편집기자들은 <사람면>이 특별한 게재 기준을 갖고 있지는 않으나 빈번히 게재되는 인물이나 단체의 보도를 지양하고 보다 다양한 사람들이 보도될 수 있도록 노력하고 있다고는 하지만 대부분의 신문에서는 아직도 권력 중심형 편집행태를 지향하고 있었다. 이는 기관 혹은 단체에서 보내오는 과도한 보도 자료의 영향도 있겠지만, 지연·혈연·학연 등 사적인 커뮤니케이션 관계들이 응집되어 있는 지역사회의 한 단면이라고도 볼 수 있다. 이러한 결과는 공직자 집단의 비율이 2006년의 경우, 1996년에 비해 약 10%나 증가하여 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있다는 데서 유추할 수 있다.<sup>15)</sup>

반면 협회 및 단체는 1996년 36.3%를 점유한데 반해 2001년에는 22.6%, 2006년에는 15.8%의 점유율을 보여 급격한 하락세를 보였는데, 이는 과거 인물 동정의 편집형태에서 인물 동정과 단체 동정으로 이분화 시키는 편집형태로 전환했기 때문에 나타난 현상이라고 풀이된다. 일반인 역시 1996년에 13.4%의 점유율을 보이다가 2001년 12.6%, 2006년 9.5%로 감소하는 경향을 보여 <사람면>에서는 갈수록 위치가 약해지고 있음을 알 수 있다.

## (2) 시점별 등장인물의 성별 분석

현대로 올수록 미디어에 등장하는 등장인물의 직업은 점점 더 다양해지고 있고, 다양한 직종에서 여성의 사회진출이 활발해지고 있다. 이러한 시대흐름을 감안하여 <사람면> 등장인물의 시점별 성별분포를 알아보았다.

분석결과 <표 9>에서와 같이 현대로 올수록 여성의 비율이 높아질 것이라는 기대와는 달리 남성의 비율이 시점별로 점차 증가하는 경향을 보였다. 반면 여성의 경우에는 시점별로 점차 감소하는 경향을 보여 <사람면> 등장인물의 성별 간에는 뚜렷한 차이를 나타냈다.

15) 공직자 집단의 경우, 1996년에 34.6%의 점유율을 보이다가 2001년 49.1%, 2006년 44.3%로 집계된 바 있다.

<표 9> 시점별 등장인물의 성별분포(단위: 건수, ( )안은 %)

구분	남성	여성	합계	
1996년	제주일보	968(82.1)	211(17.9)	1179(100.0)
	한라일보	647(85.7)	108(14.3)	755(100.0)
	제민일보	666(88.3)	88(11.7)	754(100.0)
	전체	2281(84.9)	407(15.1)	2688(100.0)
2001년	제주일보	670(89.6)	78(10.4)	748(100.0)
	한라일보	517(93.3)	37(6.7)	554(100.0)
	제민일보	551(91.5)	51(8.5)	602(100.0)
	전체	1738(91.3)	166(8.7)	1904(100.0)
2006년	제주일보	274(91.6)	25(8.4)	299(100.0)
	한라일보	195(90.3)	21(9.7)	216(100.0)
	제민일보	237(92.6)	19(7.4)	256(100.0)
	전체	706(91.6)	65(8.4)	771(100.0)

\*1996년 :  $\chi^2=14.444$  df=2 p<.001

\*2001년 :  $\chi^2=5.689$  df=2 p<.058

\*2006년 :  $\chi^2=0.806$  df=2 p<.668

이는 시점별, 신문사별로도 비슷한 분포를 보이고 있었으며, 한라일보의 경우에는 여성의 비율이 1996년에는 14.3%, 2001년에는 6.7%, 2006년에는 9.7%로 나타나 다소 감소하였다가 증가하는 추세를 보였다. 이와 같은 현상은 지역적 협소성으로 인하여 직업유형이 다양하지 못한 제주지역의 특수성에서 기인한 것이라 해석할 수 있으며, 남성에 비해 상대적으로 사회활동이 적은데다 보다 다양한 지위에 분포되어 있지 않기 때문이기도 하지만 가장 큰 이유는 <사람면>에 주로 등장하는 직업군에 포함되는 여성의 비율이 낮기 때문으로 풀이된다.

### (3) 시점별 등장인물의 기사주제 분석

빠르게 변하는 사회와 더불어 인터넷의 급속한 보급은 다양한 사람들의 이

야기가 보다 쉽게 전달될 수 있는 계기를 마련하였다. 따라서 각 시점별로 기사주제와 내용이 달라질 것이라고 판단된다. 다음의 <표 10>에서는 시점별 <사람면> 등장인물의 기사주제를 알아보았다.

<표 10>을 보면, 1996년에는 사회사업, 행사개최, 회의개최 등과 같은 공적인 업무 수행과 관련된 공공성을 띤 기사의 비율이 높았으나 현대로 올수록 공공성과 관련된 기사보다는 인사이동, 수상/수여 등과 같은 개인 활동상황 위주의 기사 비중이 높아지고 있음을 알 수 있다.

여기서 주목할 만한 것은 다분히 개인적이면서도 각 지위에서 행할 수 있는 역할인 회의참석, 행사참석, 격려/당부 등의 기사비율이 대체로 높아지고 있다는 것이다. 이는 <사람면>이 다양한 사람들의 소식을 전달하는 역할을 하는

<표 10> 시점별 기사주제 유형(단위: 건수, ( )안은 %)

구분		회의 개최	회의 참석	행사 개최	행사 참석	기념식 개최	기념식 참석	격려 /당부
1 9 9 6 년	제주	241 (20.4)	18 (1.5)	201 (17.0)	24 (2.0)	44 (3.7)	15 (1.3)	139 (11.8)
	한라	75 (9.9)	40 (5.3)	122 (16.2)	55 (7.3)	19 (2.5)	19 (2.5)	110 (14.6)
	제민	87 (11.5)	33 (4.4)	132 (17.5)	56 (7.4)	20 (2.7)	22 (2.9)	109 (14.5)
	전체	403 (15.0)	91 (3.4)	455 (16.9)	135 (5.0)	83 (3.1)	56 (2.1)	358 (13.3)
2 0 0 1 년	제주	92 (12.3)	43 (5.7)	118 (15.8)	12 (1.6)	44 (5.9)	7 (0.9)	90 (12.0)
	한라	43 (7.8)	47 (8.5)	80 (14.4)	27 (4.9)	7 (1.3)	10 (1.8)	96 (17.3)
	제민	47 (7.8)	30 (5.0)	93 (15.4)	22 (3.7)	5 (0.8)	7 (1.2)	125 (20.8)
	전체	182 (9.6)	120 (6.3)	291 (15.3)	61 (3.2)	56 (2.9)	24 (1.3)	311 (16.3)
2 0 0 6 년	제주	26 (8.7)	30 (10.0)	26 (8.7)	16 (5.4)	19 (6.4)	7 (2.3)	44 (14.7)
	한라	5 (2.3)	12 (5.6)	17 (7.9)	17 (7.9)	9 (4.2)	3 (1.4)	27 (12.5)
	제민	15 (5.9)	14 (5.5)	35 (13.7)	25 (9.8)	21 (8.2)	6 (2.3)	32 (12.5)
	전체	46 (6.0)	56 (7.3)	78 (10.1)	58 (7.5)	49 (6.4)	16 (2.1)	103 (13.4)

구분		인사 이동	수상 /수여	봉사 활동	사회 사업	기타	합계
1 9 9 6 년	제주	35 (3.0)	33 (2.8)	212 (18.0)	217 (18.4)	0 (0.0)	1179 (100.0)
	한라	69 (9.1)	43 (5.7)	72 (9.5)	127 (16.8)	4 (0.5)	755 (100.0)
	제민	63 (8.4)	48 (6.4)	66 (8.8)	118 (15.6)	0 (0.0)	754 (100.0)
	전체	167 (6.2)	124 (4.6)	350 (13.0)	462 (17.2)	4 (0.1)	2688 (100.0)
2 0 0 1 년	제주	68 (9.1)	60 (8.0)	49 (6.6)	165 (22.1)	0 (0.0)	748 (100.0)
	한라	81 (14.6)	69 (12.5)	22 (4.0)	71 (12.8)	1 (0.2)	554 (100.0)
	제민	80 (13.3)	67 (11.1)	18 (3.0)	106 (17.6)	2 (0.3)	602 (100.0)
	전체	229 (12.0)	196 (10.3)	89 (4.7)	342 (18.0)	3 (0.2)	1904 (100.0)
2 0 0 6 년	제주	43 (14.4)	38 (12.7)	13 (4.3)	32 (10.7)	5 (1.7)	299 (100.0)
	한라	55 (25.5)	41 (19.0)	4 (1.9)	25 (11.6)	1 (0.5)	216 (100.0)
	제민	42 (16.4)	38 (14.8)	5 (2.0)	23 (9.0)	0 (0.0)	256 (100.0)
	전체	140 (18.2)	117 (15.2)	22 (2.9)	80 (10.4)	6 (0.8)	771 (100.0)

\* 1996년 :  $\chi^2=219.330$   $df=22$   $p<.000$

\* 2001년 :  $\chi^2=125.258$   $df=22$   $p<.000$

\* 2006년 :  $\chi^2=48.958$   $df=22$   $p<.001$

일반 독자 중심의 지면이라기보다는 특정한 인물의 치적, 행적 등을 홍보하는 데 그치고 있음을 보여준다. 이는 기사가치를 상실한 기사들을 보도함으로써 일반 독자들에게 외면당할 수 있는 소지를 남겨주고 있는 셈이다.

맥매너스(J. McManus, 1995)는 뉴스를 ‘현실의 반영이라기보다 특별한 이해의 집단적 시장수요에 맞추려는 소비재’라고 말한 바 있다. 그러나 회의참석, 행사참석 등과 같은 공적 업무에 대한 기사화가 과연 가치가 있는지, 격려/당부, 인사이동, 수상/수여 등과 같은 개인적인 활동상황에 대한 주제가 <사람면>에 적합한 주제인지에 대해서는 고민의 여지를 남겨준다.

## 5. 결론 및 제언

### 1) 결론 및 논의

이 연구에서는 제주지역 일간지 가운데 3개 신문인 제주일보, 제민일보, 한라일보 <사람면> 인물기사 5,363건을 대상으로 <사람면> 등장인물의 직업, 성별 등과 지면에서의 기사위치, 기사주제, 관련사진 등의 분석을 통해 각 신문사별, 시점별 보도경향을 알아보았다. 앞서 살펴본 선행연구들과 분석결과들을 토대로 제주지역 일간지 <사람면>의 특성을 살펴보면 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 기자의 취재과정에서 공적인 권력기관과의 사적인 관계형성이 불가피하다는 것이다. 여러 선행연구(김정기, 1999; 박동숙 외, 2001; 김사승, 2004; 김용학, 2004; 이완수, 2006 등)에서는 사적관계의 집약체인 연고주의가 뉴스생산에 얼마만큼 비중있게 영향을 미치는지에 대해서는 정확히 알 수 없지만, 공식적인 권력기관과 사적인 관계를 형성한다는 점에 대해서는 이견을 보이지 않았다.

제주지역의 경우, 특유의 권당문화<sup>16)</sup>와 지역적 협소성으로 인해 이러한 사적 연결망이 집약되어 있기 때문에 언론사와 공공기관 간의 네트워크는 더욱 긴밀하게 결집되어 있을 수밖에 없다. 결국 이러한 공생관계에서 파생되는 기사 게재요청과 봐주기식 보도가 빈번히 발생하고 있을 뿐만 아니라 공공연하게 묵인되고 있다는 점에서 볼 때 선행연구와 같은 연구결과를 보여주었다.

둘째, <사람면>은 일반 사람들보다 특정한 사람들 즉, 공무원 위주로 보도하는 경향이 있다는 것이다. 제주지역은 동아시아의 허브라는 장점에도 불구

16) 제주어사전(1995년)에서 '권당'은 '돌보는 무리'라는 뜻인 '권당(眷黨)'의 제주어 표기라고 밝히고 있으며, 제주도속담사전(1999년)에서는 '친족과 외척, 고종, 이종 등 멀고 가까운 친척을 두루 일컫는다'고 설명한다. 즉, 섬(島)이라는 좁은 지역에서 오랫동안 함께 지내며 서로 얽히고설킨 제주의 사회, 지리적 특성상 '권당'은 정치적 이념을 바탕으로 한 그 어떤 정당 조직도 정치적으로 무시할 수 없는 엄청난 위력을 발휘하고 있는 것이다(연합뉴스 2006. 2. 6).

하고 지역적 특성상 다양한 분야의 기업진출이 쉽지 않기 때문에 인구대비 공무원 수가 많은 게 사실이다. 특히 제주지역을 소위 ‘공무원 공화국’이라 표현하는 것처럼 제주특별자치도 출범 이후, 공무원 정원이 대폭 증가하여 그 증가율이 전국 시·도 16개 가운데 2위를 차지할 만큼 제주에서의 공무원 파위는 실로 막강하다.<sup>17)</sup> 이러한 공무원 파위는 <사람면>의 주된 등장인물이 지자체단체장이나 공직자 등에 편중되어 있다는 점에서도 여실히 드러난다.

기존 문헌에서는 미디어를 통해 빈번하게 보도되는 사건이나 사람들을 중요하게 여기는 경향이 있다고 설명한다. 또한 선행연구(김우룡, 1993; 변달수, 1998; 이원수, 2006 등)에서는 특정계층의 보도비율이 높다고 지적한다. 어느 사회에서나 공적채널의 경우, 일반인보다 미디어의 접근이 용이하다는 장점을 갖는다. 그러나 중요하다는 관점은 상대적이기 때문에 이를 객관적 척도로 평가하기는 어렵다. 단지, 그 사회를 이끌어가는 추동세력이 대개 공식적 권력집단에 집중되어 있고, 미디어를 통한 잦은 주의집중이 이들에게 특별함을 부여하게 된다는 점에서 유추가 가능한 것이다.

셋째, 정보원 활용에 있어서 다양한 채널을 확보하기보다는 공적채널에 의존하는 경향을 보인다는 것이다. 이러한 현상은 부분적이긴 하지만 출입처 관행에서 발생하는 보도 자료의 의존 경향과 게이트키퍼 과정에서 발생하는 공적채널과의 연계에서 나타난 현상이라고 판단된다.

한편 본 연구는 공적채널을 가장 많이 활용하고 있다고 지적한 기존의 선행 연구들(강명구, 1990; 이원락, 1991; 이재경·김진미, 2000; 임영호·이현주, 2001 등)과 같은 연구결과를 도출하였다. 그러나 제주지역 일간지 <사람면>

17) 행정자치부가 국회에 제출한 ‘지방자치단체 연도별 공무원정원 현황’에 따르면 지난해 말 기준 전국 지방자치단체 공무원정원은 모두 27만 4,400명으로 지난 2003년 25만 6,581명에 비해 6.94% 증가한 것으로 집계됐다. 이 가운데 제주지역 공무원정원은 지난해 말 4,809명으로 2003년 4,362명에 비해 10.25% 증가, 전국 평균 증가율을 크게 상회했을 뿐만 아니라 전국 16개 시·도 가운데 경기도(13.6%)를 제외하고 가장 높은 수준을 기록했다. 더욱이 제주특별자치도 출범과 함께 공무원정원이 5,169명으로 늘어나게 돼 제주지역 공무원정원은 3년 동안 18.5% 가량 증가했다(제주일보 2006. 10. 31).

에 등장하는 인물 대부분이 공무원에 편중되어 있다는 사실은 선행연구의 결과와는 다소 다른 해석을 낳는다. 이러한 결과는 제주라는 소규모 지역에 공무원 비율이 높은 이유 때문이기도 하지만, 정보원이 다양하지 못한데서 기인한 현상이라는 해석이 더 적절한 표현일 것이다.

넷째, <사람면>은 퍼블리시티 성격을 갖는 스케치 기사들이 주종을 이루고 있다. 실제 <사람면>에서는 대부분 지자체단체장이나 고위 행정 관료, 각종 일반사회단체장들의 일상적인 공적 업무와 관련된 행사개최, 행사참석 등과 관련한 기사들을 보도하고 있다. 더구나 이들 기사 대부분이 각 출입처에서 전해지는 보도 자료에 의한 것이라는 점에서 볼 때, <사람면>은 다양한 사람들의 이야기보다는 특정계층의 퍼블리시티에 의해 채워지는 경향을 보인다. 이러한 결과들은 선행연구(김우룡, 1993; 변달수, 1998; 이완수, 2006)의 결과와 동일하게 나타났다.

특히 같은 날 여러 신문에 실리게 되는 동정기사들은 특정인물의 행적과 치적을 과시하는 기사들 즉, ‘얼굴 알리기’식의 보도로 치닫게 되어 결국 언론은 자발적으로 기득권자들에게 그들의 행적들을 홍보할 수 있는 지면을 제공하는 특혜를 주고 있는 셈이다. 이처럼 지면이 특정계층의 사적 영역으로 세분화 될수록 사회적 대립을 조장하고, 계층간 괴리감을 심화시킬 가능성이 제기된다.

다섯째, <사람면>은 사람을 대상으로 하는 그 지면만의 특색을 갖기보다는 다양한 기사들을 다루는 경향을 보인다. 현재 제주지역에서 발행되는 신문을 보면, 주로 종합, 사회, 경제, 문화, 사람, 오피니언 등의 지면구도를 보이고 있다. 그 중 <사람면>을 들여다보면, 신문에 따라 지면구성이 다르긴 하지만 <사람면>의 지면 특성과 전혀 관계가 없어 보이는 오늘의 운세, 방송프로그램 편성표, 도서발간 소식, 세미나 소식, 개업소식 등의 기사가 중구난방으로 보도되고 있다. 이 중에는 물론 기사의 성격과 내용에 따라 특정지면에 포함될 수 있는 기사도 있고, 그렇지 못한 기사들도 있다. 이처럼 <사람면>에 보도되는 기사들의 일부는 자신이 들어가야 할 지면을 찾지 못하고 <사람면>에 정착하고 있다. 결국 <사람면>은 오갈 데 없는 기사들이 거쳐 가는 ‘간이



역' 역할을 수행하면서 정체성을 상실, 고유의 특성마저 잃어버리고 있다.

여섯째, <사람면>에서 보도되는 기사들은 일정한 포맷에 정형화된 맞춤형 기사들이 주를 이루고 있다. <사람면>의 보도내용을 보면 특정인물이나 단체의 하루 일과를 기록하는 등의 내용들로 구성, 기사주체나 기사주제들이 한정되어 있을 뿐만 아니라 기사 형식에서도 표준화, 획일화를 보이고 있다. 이는 출입처별 보도 자료의 획일화에서 파생된 현상으로 자유로운 구성보다 정형화를 추구함으로써 언론의 다양성을 저해하는 결과를 낳는다.

독자들은 자신의 삶과 밀접한 내용으로 구성된 읽기 쉬운 신문을 원한다. 더욱이 현재는 인터넷을 비롯한 뉴미디어의 등장과 영상문화의 영향으로 인해 신문의 젊은 독자층이 감소하고 있으며, 신문의 발행부수도 감소하는 추세에 있다. 결국 독자와 좀더 밀착할 수 있는 이슈를 개발하고 발굴하여 다양한 접근을 통한 지면 차별화 전략이 요구된다. 표준화, 획일화에서 탈피, 기사 및 편집의 다양성을 추구해야 한다는 것이다.

일곱째, <사람면>은 사건들을 수동적으로 보도하는 경향을 보이고 있다. <사람면>에 보도되는 내용들을 살펴보면 대개 1~2일이 지난 과거형 기사이거나 당일 혹은 1~2일 후에 발생할 일들을 보도하고 있다. 취재기사 역시 숨어있는 기사를 발굴하기보다는 이미 알려진 일들에 대해서 보도하는 게 대부분이다. 더구나 동일한 보도 자료에 의존하면서 같은 날 각 신문에 동일한 보도사진이 구문이 다소 다른 기사와 함께 실리는 일이 비일비재하다. 특히 단신기사에 주로 사용되는 증명사진 크기의 사진들은 각 신문사마다 구축하고 있는 데이터를 그대로 사용하고 있었는데, 이 데이터는 수시로 업데이트 하고 있지 않아 시의성이 떨어진 사진들이 그대로 실리고 있었다.

## 2) 연구의 한계 및 제언

지역신문은 신문지면의 내용과 협소한 광고시장, 열악한 경영구조, 인력구조 면에서 볼 때 중앙일간지에 비해 열세에 놓여있는 게 사실이다. 그러나 중앙일간지와는 달리 지역신문은 지역밀착형 보도가 가능한 장점을 가지고 있

다. 실제 옥천신문이나 뉴욕타임스, 워싱턴 포스트 등은 지역 뉴스를 중점적으로 다루고 독자들의 요구를 반영하는 기사들로 지면을 구성함으로써 지역신문의 활성화에 기여한 바 있다.

이처럼 지역주민의 생활과 밀접한 소식들을 발굴하여 언론의 다양성을 추구하는 것은 지역저널리즘의 필수요소로 지역신문이 수행해야 할 역할이다. 또한 ‘독자와의 근접성’이라는 모티브를 최대한 활용하여 독자들의 기호와 필요에 맞는 신문을 제작, 독자들의 기대를 충족시켜 주는 것은 지역신문이 살아남을 수 있는 유일한 길이다. 그러나 지역성을 전제로 한 지역신문에서조차도 유료로 활용되고 있는 광고와 화족, 부음 등의 기사를 제외하고는 지역주민의 소소한 이야기나 일상적인 생활 등을 담은 지면은 찾아보기 힘들다. 더구나 지역유지나 행정관료, 엘리트층의 동정기사 비율은 여전히 높은 실정에 있다. 결국 <사람면>을 활성화시키기 위해서는 일부 특정계층 사람들만의 이야기가 아닌 가까운 우리 이웃에 대한 이야기들을 중심으로 다양한 계층의 참여를 유도하고, 공통의 관심사를 논의할 수 있는 새로운 공간 정립이 필요하다.

한편 기존의 연구들에서도 알 수 있듯이 <사람면>은 그 지면에 대한 중요성과 함께 등장인물의 편중에 대한 비판이 증대되고는 있지만 이를 다룬 연구가 많지 않았다는 데 한계가 있다. 본 연구에서도 적지 않은 한계를 갖고 있는데, 향후 이 분야의 연구에 관한 보다 구체적인 접근을 위해 몇 가지를 제시하자면 다음과 같다.

첫째, <사람면>에 대한 실제 독자들의 열독률 조사가 이루어져야 할 것이다. 앞서 제시한 선행연구에서는 <사람면>에 대한 실제 열독률이 낮다는 결과를 도출한 바 있다. 독자들에게 신문 지면별 열독행태에 관한 설문지를 병행했다면 신문지면 분석 간에 상호연관성을 갖는 유의미한 결과를 도출, <사람면>에 대한 보다 실질적인 이해를 도모할 수 있었을 것이다.

둘째, <사람면>의 게재기준과 편집방침, 취재경로 등에 대해 분석할 필요가 있다. 따라서 향후 연구에서는 신문지면 분석만으로는 설명하기 어려운 내

용들에 대해 일선 기자들과 데스크 등을 대상으로 한 면접조사를 병행할 때 보다 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이다.

셋째, 기사분석의 범위를 <사람면> 지면전체로 확대하여 분석할 필요가 있다. 본 연구에서는 <사람면>이라는 같은 지면에 보도됨에도 불구하고 인물과 단체를 별개로 구분하지 않고 인물에만 초점을 맞추어 분석을 실시함에 따라 단체에 대한 보도경향을 파악하지 못해 두 집단간의 상호 연관성을 찾아보지 못했다. 향후 연구에서는 <사람면> 지면 전체 분석을 통해 다양한 시도가 이루어진다면 보다 의미 있는 연구가 될 것이다.

넷째, 90년대 이후 ‘동정란’이 폐지되면서 많은 신문들이 이를 모방하였으나 제주지역에서는 오히려 확대되는 경향을 보였다. 그러나 이러한 경향이 제주지역에만 나타난 현상인지 아니면 다른 지역에서도 볼 수 있는 현상인지에 대한 실증적인 분석을 실시하지 못했다. 중앙일간지와 제주지역 일간지, 제주지역과 여러 면에서 유사한 지역신문을 대상으로 비교분석을 실시했다라면 <사람면>에 나타난 지역적 특성을 이해하는 데 도움이 되었을 것이라 판단된다.

#### ■ 참고문헌 ■

- 강명구(1990). 한국 TV 뉴스의 내용과 형식에 관한 분석, 『TV 뉴스보도』. 한국언론연구원, 3~12.
- 강상현(2002). 『대중매체의 이해와 활용』. 서울: 한나래.
- 고영철(2004). 지방신문산업의 현황과 활성화 방안-제주지역을 중심으로. 『사회발전연구』, 제19호, 20~50.
- \_\_\_\_\_(2006). 지역신문의 문화보도 경향-제주지역일간지 문화·반송 연예면 기사를 중심으로. 『언론과학연구』, 제6권 4호, 5~50.
- 구본권(2005). 『인터넷에서는 무엇이 뉴스가 되나』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김시승(2004). 전문기자의 전문성과 뉴스의 질을 구축하는 취재보도 관행의 상관관계에 대한 분석: 충원 경로에 따른 비교분석을 중심으로. 『한국언

- 문학보』, 48권 2호, 56~78.
- 김용학(2004). 『사회 연결망 이론』. 서울: 박영사.
- 김우룡(1993). 『신문·잡지의 여러‘난’을 비판한다』. 저널리즘비평, 18~23.
- 김정기(1999). 한국사회 연결망의 구조적 특성. 『한국 사회학』, 26집.
- 김재영(2006). 취재원 활용 관행의 차이: 조선일보와 옥천신문의 경우. 『한국언론학보』, 50권 1호, 137~161.
- 박동숙·조연하·홍주현(2001). 공적 업무 수행을 위한 사적 친분 고리: 출입처에서의 취재원과 기자의 상호작용에 대한 질적 탐구. 『한국언론학보』, 45권 특별호, 367~397.
- 박성희(2002). 일간지 ‘사람들’면 이대로 좋은가. 『관훈저널』. 통권 83호.
- 박재영(2004). 『신문 지면의 구성 요소』. 서울: 미디어연구소.
- 박재영·전형준(2006). 독자 중심의 신문 제작과 독자의 실제 열독률. 『한국언론정보학보』, 통권 35호, 211~249.
- 변달수(1998). 『한국신문 인물 동정면의 보도성향에 관한 일 고찰-4대 중앙 일간지를 중심으로』. 한국외국어대학교 정책과학대학원 신문방송학과 석사학위 논문.
- 심재철(1996). 전환기의 한국언론. 『신문연구』, 62호, 214~222.
- 유일상(2002). 『매스미디어 입문』. 서울: 청년사.
- 윤영철·홍성구(1996). 지역사회 권력구조와 뉴스 만들기: 지역언론의 뉴스틀 형성과정에 관한 참여관찰 연구. 『언론과사회』, 11호, 99~122.
- 이동근(2004). 온라인 뉴스 미디어의 다양성에 관한 일고찰: 정보원 및 프레임 분석을 통하여. 『한국언론학보』, 48권 4호, 218~242.
- 이배영·임준수·맹태균·한경석·강상대 공저(2001). 『멋진 편집 좋은 신문』. 서울: 한울아카데미.
- 이완수(2006). 인물뉴스의 특성과 결정요인 연구-사회자본(Social Capital) 이론을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 32권, 1~46.
- 이원락(1991). 『한국신문의 ‘관급보도’에 관한 연구』. 서울대학교 대학원 신문

학과 석사학위 논문.

- 이재경·김진미(2000). 한국 신문기사의 취재원 사용 관행 연구. 『한국언론학보』, 46권 2호, 160~181.
- 임영호·이현주(2001). 신문기사에 나타나 정보원의 권력분포: 1949~1999년 동아일보 기사의 내용분석. 『언론과학연구』, 1권 1호, 300~330.
- 정상윤(1996). 지역사회 권력구조와 신문사의 네트워크에 대한 사례 연구. 『언론과사회』, 11호, 66~89.
- 조수선(2004). 『신문 구독자의 다양성』. 서울: 미디어연구소.
- 전석호 역(2001). 『미디어 소사이어티』. 서울: 사계절.
- 최정호·강현두·오택섭 공저(1999). 『메스미디어와 사회』. 서울: 나남출판.
- 한국언론연구원(1990). 『90년대 신문 경영』. 서울: 한국언론연구원.
- 한국언론재단(2001). 『보도비평: 한·미 신문의 취재원 이용 관행』. 서울: 한국언론재단.
- 한국언론학회 편(1994). 『언론학원론』. 서울: 범우사.
- Burns, J. E. (1995). Agenda setting reconsidered: The process at work in music radio. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, D. C.
- Clark, J. (1960). *A Study of the Use of Wire Service Copy by Iowa Evening News-papers which Receive Wire Service Copy only from the Iowa-Nebraska Circuit of the Associated Press*. Unpubl. Ph. D. dissertation(University of Iowa).
- DeFleur, M. L. (1964). Occupational Roles as Portrayed on Television. *Public Opinion Quarterly*, 28, 57~74.
- Dominik, J. (1979). The portrayal of women in prime time. *Sex Roles*, 5(4), 405-411.
- Gans, H. (1979). Deciding what's news. In H. Tumber (Ed.), *News-A Read* (pp.235~248). Oxford: Oxford University Press.
- Lang, K. & Lang, G. E. (1959). The mass media and voting. In E. Burdick & A. J. Brodbeck(Eds.), *American voting behavior*, 217~235.

- McManus, J. (1995). A Market-Based Model of News Production. *Communication Theory*, 5, 301~305.
- Paletz, D. L., & Entman, R. M. (1981). *Media, power, politics*. NY: Free Press.
- Riffe, D. Lacy, S., & Fico, F. D. (1998). *Analyzing media message*. Lawrence, MI: Erlbaum.
- Segaar, T. & Wheeler, P. (1973). 'The World of Work on TV: Ethnic and Sex Representation in TV Drama', *Journal of Broadcasting*, 17, 201~214.
- Signorielli, N.(Ed.). (1985). *Role portrayal and stereotyping on television: An annotated bibliography of studies relating to women, minorities, aging, sexual behavior, health and handicaps*. Westport, CT: Greenwood.
- Stempel, G. (1952). Sample Size for Classifying Subject Matter in Dailies, *Journalism Quarterly*, Summer, 333.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: Free Press.
- Wright, C. R. (1975). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. Random House.

최초 투고일 2007년 7월 20일  
게제 확정일 2007년 8월 25일

K C I

A Study on the characteristics of people  
who appear on the <People> sections in Jeju's  
daily newspapers

Lee, Kyong-Mi

Master, Dept. of Journalism & Public Relations,  
Cheju National University

Ko, Young-Chul

Professor, Dept. of Journalism & Public Relations,  
Cheju National University

Kim, Kyong-Ho

Professor, Dept. of Journalism & Public Relations,  
Cheju National University

Local newspapers play an important role in forming close relationships among local people considering these papers' closeness to the regions. In particular, the <People> sections in these newspapers, play the role of a messenger, informing local residents about the events involving other local residents or organizations. This study is aimed at examining what kind of local people are reported in what content by analyzing the characteristics of people who appear on the <People> sections in daily newspapers in Jeju. The study analyzed a total of 5,363 articles which appeared from 1996 to 2006 in a representative sample of Jeju daily newspapers including Jejuilbo, Hallailbo,

and Jeminilbo.

Results showed that most articles were partial to administrative officials, people of influence, or those who were in the elite class in these regions, and over 40% of the articles were allotted to government officials. In terms of gender-based distribution, most articles introduced men, taking over 90% of the articles. In the analysis of the location of articles in the newspapers, articles on people from the central government, provincial offices, and local councils were often found on the upper part of the newspaper, which has high visual concentration, whereas those for the members of ordinary social organizations or citizens were usually located on the lower part of the newspapers. Regarding the subjects of these articles, most articles reported official businesses or promotional articles for individuals, such as social projects, events, encouragement or suggestions, or meetings. Furthermore, most articles used ID card size photos of persons featured in the articles.

As these results showed, the <People> sections in Jeju daily newspapers exhibited a tendency to report achievements and events involving people in specific classes, such as government officials, rather than ordinary citizens.

Such tendency may be attributed to the specificity of daily newspapers in Jeju, which have been close to the local communities, caused by Jeju's unique 'Gwoendang Culture'. This serves as an example from which the symbiotic relationship between the official power groups and the media can be inferred.

Key Words: Local Newspapers, People Section, Informers,  
Gatekeeping, Status Conferral Function