



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

언론정보학석사학위논문

종합편성채널 출범이 지상파 방송  
뉴스에 미친 영향

-개입시계열분석을 이용한 저녁종합뉴스 분석을  
중심으로-

2015년 8월

서울대학교 대학원

언론정보학과

한 수 연



# 종합편성채널 출범이 지상파 방송 뉴스에 미친 영향

-개입시계열분석을 이용한 저녁종합뉴스 분석을 중심으로-

지도교수 윤 석 민

이 논문을 언론정보학 석사학위논문으로 제출함

2015년 6월

서울대학교 대학원

언론정보학과

한 수 연

한수연의 석사학위논문을 인준함

2015년 7월

위 원 장 \_\_\_\_\_ 이 재 현



부위원장 \_\_\_\_\_ 이 철 주



위 원 \_\_\_\_\_ 윤 석 민





## 국 문 초 록

# 종합편성채널 출범이 지상파 방송 뉴스에 미친 영향

-개입시계열분석을 이용한 저녁종합뉴스 분석을  
중심으로-

서울대학교 언론정보학과

한 수 연

본 연구는 종합편성채널 출범이 한국 방송 저널리즘에 미친 영향을 분석하고자 했다. 종합편성채널은 출범 당시부터 재승인을 받은 현재까지도 방송 시장에 미치는 파급 효과와 영향력을 둘러싸고 찬반 논란이 분분한 매체이다. 특히 지난 수십 년 간 한국 사회의 의제를 주도하고 저널리즘 시장에서 막강한 영향력을 행사해온 신문 대기업들이 방송 시장에 진출했다는 것만으로도 저널리즘 시장의 구조적 변화를 야기했다는 평가를 받고 있다. 내용적으로도 종합편성채널은 ‘토크형 뉴스’ 등 기존의 보도관행과 차별화된 형태를 도입하여 이른바 ‘종편 저널리즘’이라고 불리는 새로운 저널리즘의 유형을 만들고 있다. 이처럼 종합편성채널이 방송 저널리즘 시장의 구조와 내용에 반향을 일으키고 있음에도 불구하고, 그동안 종합편성채널이 방송 저널리즘 전반에 미친 영향을 실증적으로 검토한 연구는 많지 않았다. 특히, 기존 방송 저널리즘의 지배적 사업자인 지상파 방송 뉴스에 미친 영향을 살펴본 연구는 전무했다. 이에 본 연구는 지상파 방송사의 간판 뉴스 프로그램인 저녁종합뉴스를 중심으로 종합편성채널 전후 나타난 변화와 종합

편성채널 출범의 영향을 분석하였다.

종합편성채널의 출범은 지상파 위주의 한국 방송 저널리즘 시장에 유례없던 새로운 경쟁을 초래했다. 이에 본 연구는 기본적으로 미디어 경제학의 산업조직(Industrial Organization) 모형을 바탕으로 종합편성채널이 야기한 방송 뉴스 시장의 경쟁이 미디어 기업의 행위, 특히 뉴스 보도관행에 미친 영향을 살펴보고자 했다. 이를 위해 먼저, 선행연구에서 공통적으로 제시된 논의들을 중심으로 기존 지상파 뉴스의 보도관행을 크게 형식적 도식, 내용적 도식으로 나누어 주요 관행을 정리하였다. 구체적으로, 형식적 도식의 항목으로 1일 평균 보도 아이템 수, 아이템별 보도시간, 기사 제시방식, 취재원 수, 사운드바이트 길이 등을 구성했다. 내용적 도식은 연성화 정도, 심층성, 앵커의 의견개입 정도 등을 포함했다. 이러한 세부 변수들을 중심으로 지상파 뉴스의 기사를 분석하였다.

분석 대상은 종합편성채널이 출범한 2011년 12월을 기점으로, 그 이전 3년(2008년~2010년)과 이후 3년(2012년~2014년), 총 6년간의 지상파 3사 저녁종합 뉴스이며, 매년 5일치씩 총 30일을 표집하여 기사 내용분석을 실시하였다. 이와 같이 수집한 자료를 바탕으로, 지상파 뉴스의 형식적, 내용적 도식 변화에 종합편성채널 출범이 미친 영향을 통계적으로 검정하기 위하여 정책이나 사건의 개입 효과를 분석하는데 이용되는 검정 방법인 개입시계열분석(Interrupted time series analysis)을 사용하였다.

분석 결과를 종합하면, 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 대체로 영향을 미친 것으로 확인되었다. 그러나 내용적 도식 변화 측면에서는 종합편성채널 출범의 효과가 일부만 입증되었다. 구체적으로, 우선 형식적 측면에서는 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 1일 평균 보도 아이템 수가 감소했고, 이에 따라 아이템별 보도시간은 증가한 것으로 나타났으며, 취재원 수와 사운드바이트 길이는 증가한 것으로 분석되었다. 이를 통해 방송 시장의 경쟁이 증가하면서 지상파 뉴스는 그동안 고질적 문제로 제기되어 왔던 형식적 도식의 틀에서 어느 정도 탈피하고 있음을 확인하였다. 반면, 기사 제시방식에는 종합편성채널 출범의 개입 효과가 검증되지 않았고, 분석 기간 내내 지상파 뉴스는 기존의 도식인 앵커의 도입과 기자 리포트로 구성된 정형화된 기사 형식을 유지한 것으로 나타났다. 종합편성채널 출범이 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화에 미친 영향은 심층성의 경우에만 검증되었다. 종합편성채널이 출범하면서 지상파 뉴스의 심층성은 그 이전에 비해 감소한 것으로 드러났다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 종합편성채널 출범이 기존의 시장 지배적 사업자인 지상파 방송사의 뉴스 보도에 미친 영향을 살펴본 최초의 연구로, 종합편성채널과 관련한 향후 논의는 물론 뉴스 시장, 넓게는 미디어 시장의 경쟁을 둘러싼 논의에도 기여할 수 있다고 본다. 둘째, 본 연구에서는 분석의 시점을 일부 기간에만 그치지 않고 종합편성채널 출범 전후, 총 6년의 변화를 장기적으로 분석하여 경쟁이 초래한 방송 저널리즘의 변화의 추세를 제시하였다. 셋째, 본 연구는 단순히 변화의 기술에 그치지 않기 위해 개입시계열분석 방법을 활용하여 종합편성채널 출범의 효과를 통계적으로 검증한 탐색적 연구이다. 이를 통해 미디어 시장의 구조적 변화가 뉴스의 내용 변화에 미친 영향을 실증적으로 검증할 수 있는 토대를 제시하였으며, 향후 이와 관련한 방법론적 논의가 확장될 수 있도록 한 첫 시도라는 데 그 의의가 있다.

**주요어 :** 지상파 뉴스, 뉴스 보도관행, 종합편성채널, 경쟁, 산업조직 모형, 개입 시계열분석

**학 번 :** 2013-20140

# 목 차

제 1 장 서론 .....	1
제 1 절 문제 제기 및 연구의 필요성 .....	1
제 2 절 논문의 구성 .....	6
제 2 장 이론적 논의 .....	7
제 1 절 미디어 시장의 경쟁과 뉴스 .....	7
1. 미디어 시장 경쟁의 유형 및 특징 .....	7
2. 경쟁 환경과 미디어 기업의 전략적 행위 .....	12
3. 미디어 기업의 경쟁 전략과 뉴스 보도 .....	15
제 2 절 한국 방송 뉴스 시장의 변화 .....	19
1. 종합편성채널의 등장과 방송 뉴스 시장의 경쟁 심화 .....	19
2. 지상파 뉴스의 보도관행 .....	22
1) 형식적 도식 .....	22
2) 내용적 도식 .....	24
제 3 절 연구문제 및 가설 .....	27
제 3 장 연구 방법 .....	30
제 1 절 주요 변수의 개념 및 측정 .....	30
1. 지상파 뉴스의 형식적 도식 .....	30
1) 아이템 수 .....	30
2) 아이템별 보도시간 .....	30
3) 기사 제시방식 .....	31
4) 취재원 수/ 사운드바이트 길이 .....	32
2. 지상파 뉴스의 내용적 도식 .....	32
1) 연성화 정도 .....	33
2) 심층성 .....	33
3) 앵커의 의견개입 정도 .....	34

제 2 절 연구 대상 .....	35
1. 분석 대상 뉴스 프로그램 .....	35
2. 분석 대상 일자 .....	36
3. 분석 단위 .....	37
제 3 절 데이터 수집 및 분석 방법 .....	38
1. 데이터 수집 .....	38
2. 개입시계열분석: 구간별 회귀분석 모형의 적용 .....	39
<b>제 4 장 연구 결과 .....</b>	<b>43</b>
제 1 절 기술 분석 .....	43
1. 지상과 뉴스의 형식적 도식 변화 .....	43
2. 지상과 뉴스의 내용적 도식 변화 .....	48
3. 소결 .....	51
제 2 절 개입시계열분석 결과 .....	53
1. 시계열 자료의 정상성 검정 .....	53
2. [연구문제 1] 종편 출범과 지상과 뉴스의 형식적 도식 변화 ..	54
1) [연구문제 1-1] 아이템 수 변화 .....	55
2) [연구문제 1-2] 아이템별 보도시간 변화 .....	57
3) [연구문제 1-3] 기사 제시방식 변화 .....	59
4) [연구문제 1-4] 취재원 수 변화 .....	61
5) [연구문제 1-5] 사운드바이트 길이 변화 .....	62
6) 소결 .....	64
3. [연구문제 2] 종편 출범과 지상과 뉴스의 내용적 도식 변화 ..	65
1) [연구문제 2-1] 연성화 정도 변화 .....	65
2) [연구문제 2-2] 심층성 변화 .....	68
3) [연구문제 2-3] 앵커의 의견개입 정도 변화 .....	70
4) 소결 .....	72
<b>제 5 장 결론 .....</b>	<b>74</b>
제 1 절 연구 결과의 요약 .....	74

제 2 절 연구 결과의 함의 .....	76
제 3 절 연구의 한계 및 의의 .....	79
참고문헌 .....	82
부록: 코드북 .....	90
Abstract .....	96

## 표 목 차

〈표 1〉 경쟁에 따른 시장구조 .....	8
〈표 2〉 미국 미디어 산업의 시장구조 .....	9
〈표 3〉 지상파 뉴스의 형식적 도식 .....	23
〈표 4〉 지상파 뉴스의 내용적 도식 .....	24
〈표 5〉 기사 제시방식 .....	32
〈표 6〉 기사의 심층성 .....	34
〈표 7〉 분석 대상 프로그램 .....	35
〈표 8〉 분석 대상 일자 .....	36
〈표 9〉 분석 대상 기사 .....	38
〈표 10〉 연도별 아이템 수 평균 .....	44
〈표 11〉 연도별 아이템별 보도시간 평균 .....	45
〈표 12〉 연도별 기사 제시방식 빈도 .....	46
〈표 13〉 연도별 취재원 수 평균 .....	47
〈표 14〉 연도별 사운드바이트 길이 평균 .....	47
〈표 15〉 연도별 연성 뉴스 빈도 .....	48
〈표 16〉 연도별 심층성 범주 빈도 .....	49
〈표 17〉 연도별 심층성 평균 .....	50
〈표 18〉 연도별 앵커의견개입 빈도 .....	50
〈표 19〉 시계열 자료의 Ljung-Box Q 통계량 .....	54
〈표 20〉 지상파 뉴스 아이템 수 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	56
〈표 21〉 지상파 뉴스 아이템별 보도시간 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	57
〈표 22〉 지상파 뉴스 기사 제시방식 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	60
〈표 23〉 지상파 뉴스 취재원 수 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	61
〈표 24〉 지상파 뉴스 사운드바이트 길이 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	63
〈표 25〉 지상파 뉴스 연성화 정도 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	66
〈표 26〉 지상파 경성 주제 뉴스의 연성화 정도 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	67
〈표 27〉 지상파 뉴스 심층성 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	69
〈표 28〉 지상파 뉴스 앵커의견개입 정도 변화에 관한 구간별 회귀모형 .....	70

## 그림 목 차

〈그림 1〉 미디어 산업조직 모형 .....	11
〈그림 2〉 뉴스 채널 선호도 (%) .....	21
〈그림 3〉 아이템 수의 시계열적 변화 양상 .....	56
〈그림 4〉 아이템별 보도시간의 시계열적 변화 양상 .....	58
〈그림 5〉 기사 제시방식의 시계열적 변화 양상 .....	60
〈그림 6〉 취재원 수의 시계열적 변화 양상 .....	62
〈그림 7〉 사운드바이트 길이의 시계열적 변화 양상 .....	63
〈그림 8〉 연성화 정도의 시계열적 변화 양상 .....	66
〈그림 9〉 경성 주제 연성화 정도의 시계열적 변화 양상 .....	68
〈그림 10〉 심층성의 시계열적 변화 양상 .....	69
〈그림 11〉 앵커의견개입 정도의 시계열적 변화 양상 .....	71

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 문제 제기 및 연구의 필요성

2013년 10월, KBS는 가을개편의 일환으로 저녁종합뉴스 <뉴스 9>에 5분 안팎의 심층보도 코너를 만들어 뉴스의 심층성을 강화하고, 뉴스의 내용 전달 방식도 리포트 위주의 읽는 방식(Read & Report)에서 스토리 위주의 말하는 방식(Talk & Story)로 변화한다고 밝혔다. 이와 함께 낮 시간대에 대담 형식의 뉴스 프로그램인 <뉴스토크>를 신설하였다. 이를 두고 <뉴스 9>의 개편 방향이 JTBC의 포맷과 비슷하다는 지적(김수정, 2013), 낮 시간대 시사토크 프로그램을 성공시킨 종합편성채널들의 사례를 따라한다는 비판(민동기, 2013)이 제기되었다. 과연 종합편성채널(이하 종편)이 KBS의 변화에 영향을 주었던 것일까?

신문대기업의 방송 진출을 허용하여 지금의 종편을 탄생하게 한 2009년 미디어법 개정 당시로 돌아가 보자. 당시 미디어법 개정에 찬성하는 측은 새로운 기업이 방송 시장에 진출하게 되면 규제로 가로막혀 있던 미디어 시장에 대한 투자가 촉진되고, 방송 서비스의 품질과 다양성이 높아질 것이라고 주장했다. 이를 통해 국내 미디어 기업들은 글로벌 수준의 경쟁력을 갖추게 되고, 지상파 중심의 과도한 여론 집중 역시 완화될 것이라고 예측했다(이현우, 2012; 장호순, 2008). 그러나 반대론자들의 주장은 전혀 달랐다. 이들은 미디어법 개정안이 신문과 재벌에게 방송을 넘기기 위한 ‘악법’이며, 보수 성향의 신문이 방송에 진출할 경우, 여론이 획일화될 우려가 있어 여론의 다양성이 훼손될 것이라고 예상했다(이남표, 2009; 최훈, 2009). 이렇게 첨예한 논란이 보수와 진보 세력 간 싸움으로 확대되면서 미디어법 개정안을 둘러싼 갈등은 건잡을 수 없이 커졌다.

양측의 가치 판단에 따라 예상되는 결과는 극과 극이었지만, 결국 논란의 핵심은 종편의 도입이 방송 시장에 미칠 파급 효과와 영향에 관한 것이었다. 2011년 출범한 종편은 이제 개국 4년 차에 접어들었고, 지난해 4개사 모두 재승인을 받는데 성공하면서 미디어 시장에 연착륙했다는 평가를 받는 만큼, 이제 종편이 방송 시장에 어떠한 영향을 미쳤는지 검증해볼 시점이 되었다. 특히 종편의 도입은

수십년 간 한국 사회의 의제를 주도해오며 저널리즘 시장에서 막강한 영향력을 갖고 있던 신문 기업들이 방송 시장에 진출했다는 것만으로도 이미 방송 저널리즘 시장에 구조적 변화를 일으켰다는 해석이 제시되고 있다(홍성일, 2013). 종편의 도입이 방송 저널리즘 시장의 구조를 뒤흔들었다면, 이러한 구조적 변화는 방송 저널리즘의 내용 변화에도 영향을 주었을 것이라 예상할 수 있다.

그러나 지금까지 종편을 둘러싼 연구들은 그 연구대상이 종편 자체에 한정되어 있는 경우가 대부분이다. 종편 출범 이후 학계의 연구는 연구의 대상에 따라 크게 세 가지로 분류할 수 있다. 첫 번째는 콘텐츠 측면의 평가, 두 번째는 성과 지표에 대한 평가, 세 번째는 수용자 측면에서의 평가이다.

첫 번째 유형인 콘텐츠 측면에서 종편에 대한 평가는 프로그램 단위 또는 편성 단위에서 종편의 차별화 전략이 어떻게 나타나고 있는지 살펴보고 있다. 프로그램 단위에서의 차별성을 분석한 대표적 연구로, 박지영, 김예란, 그리고 손병우(2014)는 종편의 시사토크쇼가 취하고 있는 담화의 양식을 ‘사담’<sup>1)</sup>이라고 규정하고, 사담 저널리즘의 구체적 사례를 분석하였다. 이들은 채널 A의 ‘왜도난마’ 프로그램 분석을 통해 사담의 저널리즘이 특정 이념의 시각에서 구성된 현실상을 객관화하고 특정 집단을 부정적인 감정의 대상으로 구분함으로써 한국 사회의 진영 논리를 강화하고 정치적 담론 지형의 양극화를 심화시키고 있다고 비판하였다. 김선진(2012)은 2011년 12월 종편과 KBS의 저녁종합뉴스 비교를 통해 종편의 차별화 요인을 살펴보았다. 연구 결과, 그는 종편 저녁종합뉴스가 KBS와 비교하여 질적, 양적으로 차별화 및 다원화를 이뤄내지 못하고 있다고 평가하였다. 원희영과 윤석민(2015)은 종편 출범 이후 꾸준히 논란이 되어온 종편의 보도 공정성 문제를 실증적으로 분석하였다. 18대 대선 기간 종편 저녁종합뉴스의 선거 관련 보도 분석 결과, TV조선과 채널A가 여당 측 인터뷰 대상자 및 출연자를 집중적으로 출연시킨 사실이 드러났으며, TV조선의 경우, 연구 대상이 된 뉴스의 절

---

1) 박지영 외(2014)는 종편 시사토크쇼가 뉴스의 대담형식, 전통적 시사토론 프로그램, 버라이어티 토크 쇼의 특징을 복합적으로 지니고 있는 저널리즘 양식의 장르적 변환 사례라고 설명하며, 그 특징적 담화양식을 ‘사담’으로 명명하였다. 이들에 따르면 사담은 네 가지 특징을 보이고 있다. 첫째, 객관적이고 중립적인 입장 대신, 주관적 느낌이나 의견을 표출한다. 둘째, 사담의 양식은 합리적인 논증보다 감정에 호소하고 설득하는 수사를 드러낸다. 셋째, 3인칭의 객관화된 화법이 아닌 일상적 면대면 대화에서 이루어지는 격의 없이 말하고 듣는 화법을 사용한다. 넷째, 사담은 논증에 근거한 이성적 설득과 합의가 아닌 시청자에게 감정과 공감에 기초한 합의를 구축함으로써 전자의 경우보다 쉽게 동조효과를 만들어내고 있다.

반에서 진행자 및 기자의 박근혜 후보 편향적인 논평이 나타났다.

편성 단위에서 종편의 차별성을 살펴본 연구로, 김미라(2012)는 종편 출범 초기 편성표를 분석하였다. 2012년 2월 종편 4개사의 편성을 분석한 결과, 종편의 장르 다양성과 외주제작 비율이 모두 준거 대상인 SBS보다 낮은 수준으로 나타났다. 재방 비율 역시 50%가 넘어 종편의 편성에서의 차별성은 거의 없는 것으로 확인되었다. 조익환과 이상우(2012)도 비슷한 방식으로 편성 분석을 통해 프로그램 다양성을 살펴보았다. 다만, 이 연구는 종편의 편성 분석에만 그치지 않고 지상파 방송의 편성의 변화도 함께 연구 대상으로 삼아 경쟁 환경이 신규 채널 및 기존 채널의 프로그램 다양성에 어떤 영향을 미치고 있는지 확인하였다. 연구 결과, 종편은 기존 지상파 방송사와 비슷한 형태의 프로그램 편성을 하고 있었다. 흥미로운 점은 지상파의 경우, 종편의 등장 이후 프로그램 편성에 제한적인 변화를 주고 있는 것으로 나타났다. MBC와 SBS는 종편 출범 이후 전체적으로 장르 다양성이 증가하였으며, 방송 시간의 측면에서 볼 때, KBS1의 경우 뉴스 프로그램이 1785분에서 1810분으로, 시사보도가 170분에서 235분으로 증가하여 뉴스와 시사보도 프로그램이 강화된 것으로 나타났다.

종편 출범 이후 연구의 두 번째 유형은 성과 지표에 대한 평가로, 시청률과 방송사의 재무적 성과와 같은 가시적인 성과 지표를 통해 종편의 운영 상황을 살펴보고 있다. 하주용(2013)은 2012년 한 해 종편의 매출 구조와 비용 구조 등을 살펴본 결과, 4개사가 입은 영업손실이 총 3907억 원, 누적손실액은 3214억 원에 달해 종편의 경제적 성과가 비관적이라고 분석했다. 반면, 2010~2013년 닐슨미디어리서치의 가구 시청률 데이터를 분석한 심미선(2014)은 종편의 성과를 긍정적으로 보았다. 심미선(2014)에 의하면 지상파 방송사의 가구 시청률은 지속적으로 감소한 반면, 종편 4개사의 가구 시청률은 상승 추세를 보였으며, 같은 기간 일반 유료방송 PP의 총 시청률에 별다른 변화가 없는 것으로 보아 종편이 지상파 채널 주 시청층의 일부를 흡수하였다고 분석하였다. 시간대별 시청률 분석 결과에서도 종편이 동시간대 시청률 1위 매체의 점유율을 빼앗아 시청률이 상승하고 있다고 보았으며, 뉴스와 시사토크, 인포테인먼트 장르에서 시청률 강세를 보이고 있어 종편이 전반적으로 나쁘지 않은 성과를 거두고 있다고 평가했다.

마지막으로 수용자 연구 측면에서 종편에 대한 연구를 살펴보면, 김성훈과 김동진(2013)은 종편 출범 이후 수용자들이 신규 채널들을 어떻게 이용하고 있는지 살펴보기 위해 대학생 대상 설문을 통해 수용자의 종편에 대한 기대요인과 충족

요인을 조사하였다. 연구 결과, 수용자들은 뉴스/보도/시사 장르에 대한 선호도가 가장 높았으며, 수용자들의 기대요인으로 나타난 ‘일상참여/트렌드’, ‘정보/시사성’, ‘오락성’, ‘시간보내기/대리만족’, ‘성적 흥미’, ‘소수자 다양성’ 등 6가지 중 실제 종편 시청을 통해 충족되고 있는 요인은 ‘시간보내기’ 밖에 없는 것으로 나타났다. 김은혜와 유세경(2014)은 뉴스 프로그램에 집중하여 종편 출범 이후 수용자들의 뉴스 프로그램 시청동기와 충족에 어떠한 변화가 나타나고 있는지 살펴보았다. 이 연구에서는 종편을 통해 뉴스 공급원이 다채널화되면서 수용자들의 뉴스 시청동기가 다양화되었으나, 앞선 연구와 마찬가지로 시청동기에 비해 수용자들의 충족은 제한적으로 이뤄지고 있는 것으로 나타났다.

이러한 선행연구들은 종편의 현재까지의 성과와 특징을 구체적으로 밝혀냈다는 점에서 의의를 가진다. 그러나 기존의 종편 관련 연구들은 연구의 범위와 방법론적 측면에서 아쉬운 점이 있으며, 이에 대한 보완작업을 중심으로 본 연구의 방향을 설정하고자 한다. 첫째, 앞서 언급했듯 선행연구들은 연구의 대상이 대부분 종편 자체에 한정되어 있다. 물론, 종편의 특징을 살펴본 기존의 연구 중에도 분석 대상을 지상파 채널과 비교한 연구들(김선진, 2012; 박기묵·김광재, 2014; 원희영·윤석민, 2015)이 있었으나, 이들 연구에서 지상파 채널은 종편의 특성을 규명하기 위한 준거 대상으로 사용되었을 뿐 주된 연구 대상이 되지 못하였다. 이러한 측면에서 종편 출범 이후 지상파 방송사의 프로그램 다양성 변화에 초점을 맞춘 조익환과 이상우(2012)의 연구는 주목할 만하다. 이들의 연구는 종편 출범에 따라 방송 시장의 경쟁이 강화되면서 기존 지상파 방송사의 프로그램 다양성에 변화가 발생했는지 살펴본 첫 연구라는 측면에 의의가 있으나, 더 나아가 종편의 주요 콘텐츠인 보도나 시사프로그램 측면에서 지상파의 변화에 집중한 연구가 필요해 보인다.

둘째, 본 논문이 주목하는 종편 출범 이후 지상파 채널의 변화를 제한적으로나마 다룬 일부 선행연구들의 경우, 분석의 시점이 특정 기간에 국한되어 있어 연구 결과를 일반화하기 어렵다는 한계가 있다. 예컨대, 조은영과 유세경(2014)은 종편 출범 이후 뉴스 시장의 보도 다양성 변화를 살펴보았다. 이 연구에서는 “수서발 KTX 법인 승인과 관련된 철도노조파업” 이슈 기사를 대상으로 주제, 취재원, 관점 측면에서의 보도 다양성을 평가한 결과, 이들은 종편이 추가로 등장하면서 뉴스 시장의 보도 다양성 지수가 제한적으로 증가했다고 평가하였다. 그러나

이 연구는 단순히 한 시점(2013년 12월)의 보도 다양성만 살펴보았다는 점에서 연구자들이 내린 결론과 같이 종편 등장 이후 뉴스 시장의 다양성이 증가했다고 해석하는 것은 타당성이 떨어져 보인다. 조익환과 이상우(2012)의 연구는 종편 출범 전후를 비교하는 형태로 연구 시기 설계는 비교적 적절하게 수행되었지만, 이 역시 단 두 시점만의 편성을 비교한 것이라 전반적인 변화의 흐름을 살필 수 없다는 점을 한계로 지적할 수 있다. 특히 연구의 두 시점인 2011년 가을과 2012년 봄<sup>2)</sup> 모두 종편 시청률이 급증하면서 방송 시장에 영향력을 행사하기 시작했다고 평가받는 시점인 2012년 총선과 대선(심미선, 2014) 이전이라는 점에서 지상파의 편성 변화를 종편의 개입 효과라고 해석하기에는 그 시기가 애매한 측면이 있다.

마지막으로 제기할 수 있는 한계는 이러한 연구들이 기술적(descriptive)인 분석에 그치고 있다는 점이다. 종편이 기존의 시장에 미친 영향을 분석하여 전반적인 변화의 지형을 그리고자 했다는 점에서 일부 연구(조은경·유세경, 2014; 조익환·이상우, 2012)는 의미 있는 시도를 했으나, 실제로 그러한 변화가 종편 출범의 영향인지 확인이 불가능하다. 조익환과 이상우(2012) 역시 이러한 방법론적인 문제점을 인지하고, 지상파 방송사의 편성 전략에서 발견된 변화들이 종편의 영향인지 살펴보기 위해 지상파 방송사 편성 담당자들을 대상으로 심층인터뷰를 하는 보완적 연구를 추가 실시하였다. 그러나 심층 인터뷰의 특성상, 연구 대상인 지상파 방송사의 편성 담당자들이 자신의 회사에 불리한 언급을 의도적으로 피했을 가능성을 배제하기 어렵다. 따라서 추후 진행될 연구에서는 지상파 방송사의 변화가 종편의 영향인지 살펴보는 실증적인 분석을 시도할 필요가 있다.

이러한 선행연구들의 한계를 보완하기 위하여 본 논문에서는 종편의 등장이 기존 시장, 특히 지배적 사업자였던 지상파 방송사 뉴스에 미친 영향을 분석해 보려고 한다. 또한 기존 연구들에서 발견된 방법론적인 한계를 보완하기 위해 분석의 시점을 확대하여 장기적인 변화의 추세를 확인하고, 종편 출범의 개입 효과를 분명히 하기 위하여 설명적 연구의 방식을 활용하고자 한다. 이를 통해 종편 출범 이후 한국 방송 뉴스 시장에 유례없이 등장한 새로운 유형의 경쟁이 방송 저널리즘의 변화에 끼친 영향을 평가하는 것이 본 연구의 궁극적인 목적이다.

---

2) 구체적으로 이 연구에서 지상파 방송사의 편성표를 비교 분석한 시기는 종편 개국 이전인 2011년 가을 개편 시기(10월 31일~11월 6일)와 종편 개국 이후인 2012년 봄철 개편 시기(4월 2일~4월 8일)이다.

## 제 2 절 논문의 구성

본 연구는 종편이 출범한 2011년을 기점으로 그 전후 3년인 2008년~2010년과 2012년~2014년, 총 6년치 지상파 방송사(KBS, MBC, SBS)의 저녁종합뉴스 분석을 중심으로, 종편 출범이 지상파 방송사 뉴스에 미친 영향을 살펴보고자 한다. 종편의 등장인 지상파 방송 중심의 한국 방송 뉴스 시장의 구조를 변화시킨 새로운 유형의 경쟁이라는 점에서, 이 연구는 미디어 시장에서 경쟁이 뉴스의 변화에 미치는 영향을 점검하는데 중요한 시사점을 줄 것으로 판단된다.

이와 같은 연구의 목적을 달성하기 위해, 본 연구는 다음과 같은 순서로 논의를 전개하고자 한다. 제 2장에서는 미디어 시장 경쟁과 뉴스 보도와 관련해 수행되었던 기존의 이론적 논의들을 검토한다. 구체적으로 미디어 연구에서 경쟁과 미디어 기업의 행위, 성과 간 관계를 검증할 때 활용되어 온 산업조직 모형을 바탕으로, 경쟁에 대응한 미디어 기업의 행위 전략, 그리고 뉴스 보도의 변화를 다룬 연구들의 결과와 한계점들을 살펴볼 것이다. 이와 함께 종편 출범을 전후하여 한국 방송 뉴스 시장의 변화와, 기존 지상파 방송 뉴스의 보도관행을 점검한다. 이러한 논의들을 바탕으로, 2장에서 궁극적으로 연구문제와 가설을 제시하려고 한다.

제 3장에서는 연구문제를 해결하기 위해 사용할 연구방법에 대해 서술한다. 구체적으로 연구의 주요 변수의 측정방법과, 연구의 대상, 데이터 수집방법, 그리고 데이터 분석 방법인 개입시계열분석과 구간별 회귀모형에 대해 설명하고자 한다.

제 4장에서는 본 연구의 각 연구문제 및 가설에 대한 결과를 제시한다. 각 변수별로 구간별 회귀모형을 통한 가설 검증 결과와 시차에 따른 시계열 데이터의 변화 양상을 차례로 검토할 것이다.

제 5장에서는 논문의 전체적인 결과를 요약하고, 지상파 뉴스 변화에 대한 종편 출범의 개입 효과에 대한 종합적인 평가를 내릴 것이다. 마지막으로 본 연구가 갖는 의의와 한계에 대해서도 고찰한다.

## 제 2 장 이론적 논의

종편의 출범은 지상파 방송사 중심의 한국 방송 뉴스 시장에 새로운 경쟁 환경을 야기했다. 제 2 장에서는 일반적으로 경쟁이 증가한 상황에서 나타나는 미디어 기업들의 행위 전략과 그에 따른 미디어 콘텐츠의 변화와 관련한 이론적 논의들을 검토하고, 이러한 논의들을 종편 출범을 둘러싸고 변화한 국내 방송 뉴스 시장의 환경에 적용, 검토해보고자 한다.

첫 번째로는 미디어 시장 경쟁과 그 영향을 둘러싼 이론적 논의들을 살펴보고자 한다. 특히 미디어 경제학자들은 산업조직 모형을 토대로 경쟁과 미디어 기업의 행위, 성과 간 관계를 이론화하고, 이를 중심으로 미디어 시장 경쟁의 특징과, 경쟁이 뉴스 보도에 미치는 영향을 설명해 왔다. 이러한 시각은 본 연구에서 종편 출범 이후 지상파 방송사들의 경쟁 전략을 분석하기 위한 가장 기본적인 이론적 토대가 될 것이다.

두 번째로는 종편 도입을 기점으로 한국 방송 뉴스 시장의 변화한 경쟁 환경을 점검하고, 기존의 한국 지상파 방송 뉴스의 특징과 보도관행을 정리한 이론적 논의들을 검토하고자 한다. 기존의 논의들은 지상파 방송 뉴스의 보도 수행에 대한 관행적인 특징과 문제점들을 지적해 왔다. 이러한 기존의 관행들은 종편 출범 이후 지상파 뉴스의 변화를 살펴보는 데 분석틀로써 활용될 것이다.

이상과 같은 이론적 검토를 통해 최종적으로 종편 출범이 지상파 뉴스 보도에 미친 영향을 분석하기 위한 연구문제 및 가설을 도출하고자 한다.

### 제 1 절 미디어 시장의 경쟁과 뉴스

#### 1. 미디어 시장 경쟁의 유형 및 특징

종편이 출범하면서 방송 시장에 발생한 새로운 경쟁 환경을 이해하기 위해서는 우선 미디어 시장 내 경쟁의 일반적 특징을 살펴볼 필요가 있다. 경제학에서는 경쟁의 수준에 따라 시장을 크게 네 가지 구조로 분류하고 있다. 각각의 시장

구조는 ‘완전경쟁(perfect competition)’, ‘독점경쟁(monopolistic competition)’, ‘과점(oligopoly)’, ‘독점(monopoly)’으로, 후자로 갈수록 경쟁의 수준이 완화되는 형태이다. 이들은 <표 1>과 같이 판매자(기업)의 수, 상품의 동질성 여부, 진입장벽의 존재 여부 등에 따라 구분된다.(이준구·이창용, 1997; Hoskins, McFadyen, & Finn, 2004). 완전경쟁 시장과 독점경쟁 시장은 모두 진입장벽 없이 누구나 접근 가능한 시장이며, 차별화된 상품 생산 여부가 두 시장의 차이점이다. 과점은 차별적인 상품을 생산하는 소수의 대기업들이 지배하는 산업 구조이다. 이러한 시장에서는 한 산업 내 소수의 기업이 존재하는 구조적 특성상 한 기업의 가격 변동, 경쟁적 행위 변화 등이 다른 기업들에 영향을 주게 되고, 이에 따라 기업들은 서로 상대 경쟁 기업의 눈치를 보며 전략적 행위를 하게 된다. 독점은 같은 시장 내 하나의 기업만 존재하며, 높은 진입 장벽으로 인하여 이 한 기업의 지배적 지위가 유지되는 구조를 의미한다. 그러나 실제 산업에서 이들의 구분은 그렇게 분명치 않으며(이준구·이창용, 1997), 특히 독점적 경쟁시장과 과점 시장의 구분이 불분명한 경우가 많다. 호스킨스 등(Hoskins et al. 2004)은 한 기업이 가격이나 제품 생산에 있어 중요한 결정을 내리기에 앞서 다른 기업의 반응을 고려할 필요가 존재하는 시장이라면, 독점경쟁이 아닌 과점으로 보아야 한다고 설명했다.

표 1. 경쟁에 따른 시장구조

	완전경쟁	독점경쟁	과점	독점
기업의 수	다수	다수	소수	하나
상품 동질성	동질적	차별적	대체로 차별적	해당없음
진입장벽	없음	없음	있음	있음

출처: Hoskins, C., McFadyen, S., & Finn, A. (2004). Media economics: applying economics to new and traditional media. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 142쪽에서 인용.

미디어 경제학자들도 이러한 분류 기준에 따라 미디어 산업의 시장구조를 분석해 왔다. 앨버런(Albarran, 1996)은 <표 2>와 같이 미국의 주요 미디어별로 그 시장구조를 분류하였다. 그는 케이블 텔레비전과 신문 산업은 독점으로, 네트워크 텔레비전과 영화, 음반산업은 과점으로, 책·잡지·라디오 산업은 독점경쟁으로 보았

다.

표 2. 미국 미디어 산업의 시장구조

독점	과점	독점경쟁
케이블 텔레비전	네트워크 텔레비전	책
신문	영화	잡지
	음반 산업	라디오

출처: Albarran, A. B. (1996). Media economics: understanding markets, industries, and concepts 1st ed (Vol. 1st ed). Ames: Iowa State University Press, 36쪽에서 인용.

그러나 앨버런의 분류는 1990년대 후반 미디어 산업을 기준으로 정리하였기 때문에 최근의 미디어 산업에 그대로 적용하기에는 무리가 있다(Hoskins et al., 2004). 예컨대, 케이블 텔레비전 산업은 앨버런이 분류한 당시만 해도 독자적 시장에서 독점적 지위를 유지했으나, 위성방송, 무선 케이블 텔레비전 등 이후 개발된 전송 시스템들과 경쟁하고 있는 최근의 시장 환경을 고려했을 때 케이블 텔레비전만 단독의 산업으로 판단하기 어려우며, 케이블 텔레비전을 둘러싼 시장 환경은 독점보다는 과점에 가까워졌다고 판단하였다. 이들은 지상파 네트워크 산업의 분석에 있어서도 변화된 시장 환경을 고려할 필요성을 제기하였다. 네트워크 텔레비전 산업은 1978년 3개 네트워크 사업자의 시청 점유율이 약 92%였던 반면, 2003년에는 7개의 네트워크가 48.5%의 점유율을 가질 정도로 시장 환경이 열악해졌다. 같은 기간 상업 케이블 방송 채널의 점유율이 45.5%로 상승하였다. 이들은 그럼에도 불구하고 지상파 네트워크가 행위 결정 시 다른 네트워크들의 반응을 고려해야 할 필요성이 여전히 존재하라는 환경을 감안하여, 현 시장구조는 여전히 과점이지만 선도 기업의 시장 지배력이 약화된 상황으로 분석하였다.

이러한 관찰은 본 논문에서 살펴보고자 하는 한국 방송 시장에도 마찬가지로 적용할 수 있는 대목이다. 지상파 채널의 가구 시청률 기준 점유율은 2002년 84.6%였으나 2012년 62.3%로 감소하였다. 같은 기간 종편을 포함한 유료방송 채널의 시청 점유율은 2002년 15.4%에서 2012년 37.7%로, 약 2.5배 증가하였다(방송통신위원회, 2013). 방송 산업의 관점에서 지상파 방송사는 종편을 비롯한 다양

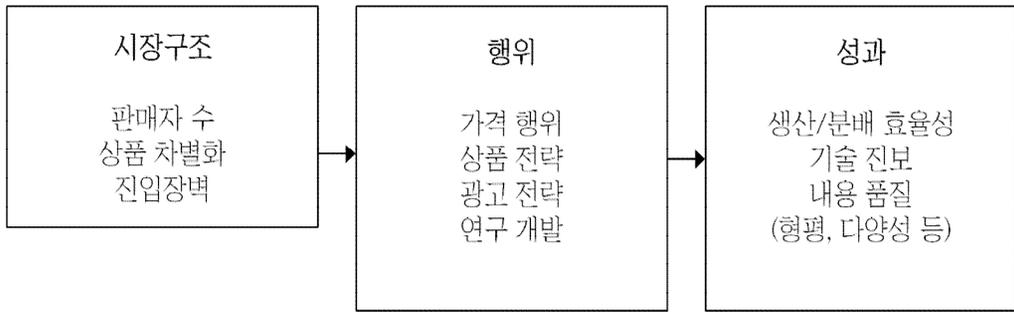
한 신규 채널이 등장하면서 경쟁의 강도가 증가하였다고 볼 수 있다. 다만, 미국의 지상파 방송사와 마찬가지로 기존의 과점 구조 내에서 선도적 기업이었던 지상파 방송사의 영향력이 기존보다 약화된 구조라고 평가할 수 있다.

이와 같은 과점 구조의 중요한 특징은 과점 시장이 경쟁 기업의 행동에 가장 민감한 시장구조라는 점이다. 시장에서 판매자 수가 한정되어 있기 때문에 한 기업의 가격 변화, 생산품의 변화, 또는 다른 경쟁적 행위가 다른 기업의 행위에 영향을 미친다. 이에 따라 과점 시장의 기업들은 경쟁 회사의 행동과 그 반응을 예의주시하고, 그에 따른 전략적인 행동을 취하게 된다(김지운·정회경, 2005; Albarran, 1996; Hoskins et al., 2004). 결과적으로 과점 구조 내 기업들의 행위는 개별 기업의 경쟁자에 대한 판단 또는 추정에 따라 상당히 다양하게 나타날 수 있으며(Scherer & Ross, 1990), 기업이 취할 수 있는 전략적 행위의 범위 역시 매우 광범위할 수 있다(Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001).

미디어 경제학자들은 이러한 시장구조와, 기업의 행위 및 성과 간의 관계를 제시한 ‘산업조직(Industrial Organization) 모형’<sup>3)</sup>을 바탕으로 미디어 산업의 특징을 설명해왔다(Albarran, 1996; Hoskins et al., 2004; Mcquail, 1992; Picard, 1989). 산업조직 모형은 산업의 특성을 구조(structure)-행위(conduct)-성과(performance)의 측면에서 파악하고 각 측면의 상호관련성, 또는 인과관계를 연구하기 위한 분석틀이다(김지운·정회경, 2005). 모형에 따르면, 앞서 살펴본 시장구조는 단순히 환경적 변수에 그치는 것이 아니라 기업의 행위를 결정하고, 기업행위는 다시 기업의 성과를 결정한다. 그 구성요소들은 <그림 1>에 제시되어 있다.

---

3) 미디어 학계에서 산업조직 모형은 그 명칭이 통일되지 않고, 산업조직 모형(Albarran, 1996), 산업조직 분석틀(Hoskins et al., 2004), 또는 SCP 분석틀(Albarran, Chan-Olmsted, & Wirth, 2006; Wirth, & Bloch, 1995) 등으로 사용되어 왔다. 본 논문에서는 앨버런이 사용한 산업조직 모형으로 해당 분석틀을 통칭하기로 한다.



출처: Albarran, A. B. (1996). *Media economics : understanding markets, industries, and concepts 1st ed* (Vol. 1st ed). Ames: Iowa State University Press, 30쪽에서 인용.

그림 1. 미디어 산업조직 모형

시장행위는 시장 내에서 기업들이 취하는 행동적 측면을 포괄하며, 그 결정 요인으로 가격 행위, 상품 차별화 전략, 광고 전략, 투자 전략, 경쟁 기업에 대한 전략적 대응 등이 있다. 기업들의 시장행위는 시장구조에 따라 달라질 수 있다. 예컨대, 가격 행위의 경우, 완전 경쟁 구조에서는 그 결정에 있어 개별 기업의 재량이 적고, 기업은 시장 가격을 받아들여야 한다. 독점적 경쟁 시장구조 역시 대체재가 많아 기업들의 가격 결정 재량권이 매우 제한적이다. 과점 구조에서는 기업들이 경쟁자의 가격 결정을 고려하여 전략적 행위를 해야 하는 반면, 독점 기업은 가격에 있어 전적으로 자유롭다(Hoskins et al., 2004).

미디어 기업의 행위에서 중요한 요인인 상품 전략은 미디어 생산품에 적용되는 기업의 실제적 결정을 의미한다(Albarran, 1996). 구체적으로 방송사의 프로그램 편성전략, 프로그램 내용의 방향 결정은 물론 타깃 수용자의 설정 등을 포함한다. 시장이 복잡해지고 경쟁자 또는 채널이 증가할수록 미디어 기업의 상품 전략이 중요해진다(Picard, 2004). 광고 전략은 다른 경쟁자로부터 시장 점유율을 확보한다는 측면에서 경쟁이 강한 시장구조에서 더욱 중요하게 다루어지는 행위이다. 연구 개발은 기업이 장기적 관점에서 상품을 차별화하거나 발전시키려는 노력을 의미한다. 앨버런(Albarran, 1996)은 미디어 상품의 특성상 소비자들이 쉽게 만족하지 않는 경향이 있어 미디어 기업은 수용자의 특성과 기호를 파악하여 그에 맞춘 프로그램을 개발하려는 노력을 끊임없이 해야 하며, 특히 기술 진보로

대체재가 많아지면서 연구 개발에 들이는 투자를 아끼지 말아야 한다고 강조하였다.

시장성과는 쉽게 말해 기업이 목표를 달성한 정도를 의미한다. 성과는 효율성과 같은 경제적 측면뿐 아니라 사회적 관점 등 다양한 차원에서 평가되고 있다 (Albarran, 1996; Hoskins et al., 2004). 특히 미디어 산업의 경우 생산물의 품질을 질적으로 평가해야 하기에 다른 산업보다 더 다양한 잣대로써 그 성과를 분석해야 한다(김지운·정회경, 2005). 기존의 연구들에서 미디어 생산물의 품질과 관련된 결정 요인으로 밝혀진 요인에는 다양성(내용의 다양성, 수용자 접근의 다양성, 공급의 다양성), 객관성, 형평성, 선정성, 편향성 등이 있으며, 이들은 시장의 상황에 따라 융통성 있게 적용될 수 있다.

본 논문에서는 이러한 산업조직 모형을 기초로 기본적인 연구의 흐름을 잡고자 한다. 미디어 기업의 행위는 미디어 기업 내부의 독자적 결정 사안이고 미디어 시장은 과점 시장구조라는 특성상 경쟁사 및 시장 상황의 영향을 많이 받기 때문에 직접적으로 그 양상을 파악하기는 어렵다. 그렇기 때문에 지금까지 산업조직 모형을 토대로 미디어 기업의 행위를 분석한 연구들 역시 시장구조와 기업 행위 간 관계를 직접적으로 살펴보기보다는 미디어 기업의 상품(프로그램) 분석을 토대로 그 행위를 간접적으로 추정해 왔다. 본 연구 역시 종편 출범으로 인한 시장구조의 변화가 방송사의 행위 결과물인 뉴스 생산물에 변화를 주었는지 분석하고자 한다. 이를 통해 간접적으로 지상파 방송사들이 경쟁에 어떻게 대응했는지 확인할 수 있을 것이다. 다음 두 항에서는 과점 시장 내 경쟁이 증가한 환경에서 미디어 기업의 행위 및 뉴스 성과의 변화를 다룬 기존 논의들을 검토하였다.

## 2. 경쟁 환경과 미디어 기업의 전략적 행위

포터(Porter, 1985)는 기업이 한 시장 내에서 지속적인 우위를 점하기 위한 경쟁 전략으로 ‘비용 우위(cost leadership)’ 전략, ‘차별화(differentiation)’ 전략, ‘집중(focus)’ 전략 등 세 가지를 제시하였다. 비용 우위 전략은 규모의 경제, 기술 혁신 등을 통하여 시장 내에서 낮은 비용을 지출하는 생산자가 되는 것을 의미한다. 차별화 전략은 다른 기업과 다른 독특한(unique) 상품을 제공하는 것을 의미

한다. 집중 전략은 시장 내에서 좁지만 경쟁력 있는 특정 영역을 타깃으로 집중하는 전략을 뜻한다. 이는 일반적으로 전 시청자층을 대상으로 프로그램을 편성하는 지상파 방송사에는 적절하지 않은 전략일 수 있다. 일부 미디어 연구자들은 미디어 시장이 구조적으로 상품을 수용자에게 판매하고 수용자를 다시 광고주에게 판매하는 이중적 특징을 갖고 있어 직접적 가격 경쟁은 불가능하기 때문에, 차별화 전략만이 유의미한 경쟁 전략이라고 주장해왔으며(Bae, 2000; Greer, 1992; Lacy & Vermeer, 1995), 이러한 관점에서 경쟁 환경에서 미디어 기업들의 차별화 전략을 분석해왔다(이진영·박재영, 2010; Bae, 1999, 2000; McDonald & Lin, 2004).

그러나 미디어 산업에도 비용 우위 전략이 존재한다고 본 반 더 부르프와 반 쿨렌버그(Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001)는 포터(Porter, 1985)의 경쟁 전략을 발전시켜 시장 전체적으로 미디어 기업들이 취한 전략이 중복되지 않아 비용 우위 전략과 차별화 전략 간 균형이 맞는 경쟁 상황을 '적정 경쟁(moderate competition)', 모든 기업들이 같은 전략을 사용하여 결과적으로 시장 구조적 악순환을 야기하는 경쟁 상황을 '파괴적 경쟁(ruinous competition)'이라고 분류하였다. 이들은 이러한 경쟁 모델을 네덜란드 텔레비전 산업에 대입하여 적정 경쟁은 다양성을 증가시키고, 파괴적 경쟁은 과도한 중복성을 발생한다고 분석하였다. 미디어 기업은 광고 시장을 기반으로 하면서도, 동시에 기업 내 다양한 프로그램의 투자와 지출의 범위 및 방법을 결정해야 한다. 따라서 비용 전략을 배제한 경우보다 미디어 기업에도 비용 관련 경쟁 전략이 존재한다고 분석한 이들의 시각이 타당해 보인다. 다만, 경쟁의 양상을 적정 경쟁과 파괴적 경쟁으로 나누는 기준이 애매하고, 단순히 비용우위 전략과 차별화 전략이 적당한 수준에서 균형을 이루어야 한다는 논리 역시 지나치게 당위적이고 비현실적인 측면이 있다.

이러한 경쟁 행위 이론들을 토대로 미디어 기업이 경쟁에 대응하는 행위는 크게 상품 차별화 전략과 비용 관련 전략 등 두 가지로 구분할 수 있다.

우선, 미디어 기업의 차별화 전략 행위를 살펴보면, 지금까지 차별화 전략과 관련된 연구들은 프로그램의 다양성 변화 위주로 행위의 성과를 분석해왔다. 즉, 경쟁 환경에서 미디어 기업의 프로그램 다양성 변화를 분석하여 이를 통해 기업들이 상품 차별화 전략을 차용하고 있는지 살펴보는 형태이다. 그러나 이러한 연구들은 경쟁이 다양성에 미치는 효과에 대한 결론이 일치하지 않았다. 경쟁의 효

과를 부정하는 측의 논의는 호텔링(Hotelling, 1929)의 경쟁 이론에서 출발한다. 호텔링은 한정된 수요를 두고 경쟁하는 두 회사는 시장의 요구에 맞추어 결과적으로 유사한 상품을 생산하게 될 것이며, 결국 경쟁 환경에서 두 회사는 '최소 차별화'하는 전략을 사용할 수밖에 없다고 설명하였다. 이를 토대로 슈타이너(Steiner, 1952)는 경쟁적 텔레비전 산업 구조에서는 프로그램의 모방과 중복의 형태가 빈발하기에 오히려 독점 구조의 시장이 다양한 시청자 선호를 충족시키고 사회적으로 더 유익한 프로그램을 제공할 수 있다고 주장하였다. 경쟁에 비관적인 이들의 주장과는 달리, 경쟁과 프로그램 다양성 간 정적인 관계를 입증한 연구들도 있다. 오언(Owen, 1974)은 기존의 미국 네트워크 텔레비전 시장에 1개의 새로운 네트워크가 추가되면서 프로그램 다양성이 증가했다고 분석하였다. 리트먼(Litman, 1979) 역시 미국 네트워크 방송 산업을 분석한 연구에서 1970년대 경쟁이 심화되면서 미국 3대 네트워크 텔레비전의 프로그램의 다양성이 단기적으로 증가했다고 평가하였다.

다만, 본 논문에서 중점적으로 살펴보고자 하는 기존 과점 시장 내의 지배적 방송사들에 초점을 맞추어 경쟁 대체의 등장이 기존 방송사들의 프로그램 다양성 변화에 미친 영향을 살펴본 연구들은 대체로 다양성이 증가하지 않았다고 일관된 결론을 내렸다. 위성 및 케이블 방송이 등장한 이후 타이완 미디어 시장을 분석한 연구(Sarrina Li & Chiang, 2001)에서는 경쟁 출범 이후 기존 네트워크 프로그램의 다양성이 감소한 것으로 나타났다. 맥도날드와 린(McDonald & Lin, 2004)은 Fox, UPN, WB, PAX 등 새로운 채널 등장 이후 기존의 네트워크 방송사인 ABC, NBC, CBS 등의 프로그램 다양성 지수가 어떻게 변화하였는지 살펴보았다. 이들은 새 채널들이 등장한 1986년부터 2000년 사이 방송 시장 전체의 다양성 지수는 증가한 반면, 기존 네트워크들의 다양성 지수는 큰 변화가 없거나 다소 감소한 것을 발견하였다. 같은 기간 새로 등장한 채널들의 다양성 지수는 증가하였다. 이를 통해 경쟁이 출범되었을 때 기존의 과점구조 내 방송사들은 적극적으로 행위에 변화를 주기보다 기존의 행위를 유지하면서 시장의 변화를 관망하는 다소 보수적인 행위 전략을 선택할 가능성을 유추할 수 있다.

한편, 경쟁과 프로그램 다양성 간 관계를 살펴본 국내 연구들은 대체로 경쟁의 효과에 대해 부정적 결과를 도출하였다. 이는 기존의 방송사들, 전체 시장이든 마찬가지였다. 이은미(2001)는 1992년부터 2000년까지 지상파 방송 4개 채널(KBS1, KBS2, MBC, SBS)의 주 시청시간대 프로그램 다양성을 분석한 결과, 민

영방송 출범, 케이블 텔레비전 출범 등 새로운 채널 등장으로 경쟁이 증가하는 시점마다 프로그램 다양성이 감소하였다고 주장하였다. 1989년부터 2002년까지 지상파 방송의 장르 다양성을 분석한 박소라(2003)의 연구에서도 경쟁 진입 시 또는 경쟁이 심한 시간대에 프로그램 다양성이 감소하는 경향을 보였으며, 특히 이러한 경향은 경쟁에 더 민감한 장르인 드라마에서 더욱 두드러진 것으로 나타났다.

두 번째 연구 유형인 시장구조와 비용 전략 행위 간 관계를 분석한 연구는 차별화 전략 관련 연구에 비해 양적으로 많지는 않다. 리트먼과 브리지(Litman & Bridges, 1986)는 미국 일간신문의 성과를 분석한 연구에서도 경쟁이 증가함에 따라 신문사의 지출과 기사 지면의 양이 증가한다는 사실을 발견하였다. 지역 방송 뉴스 산업을 연구한 레이시, 애트워터, 그리고 친(Lacy, Atwater, & Qin, 1989)은 경쟁이 강화될수록 지역 방송사들의 뉴스룸에 배치되는 예산이 증가한다고 검증하였다. 이러한 결과들은 경쟁이 증가하면 방송사들이 전반적으로 경쟁사를 의식하여 프로그램 지출을 증가하는 등 공격적인 행위 전략을 구사한다는 리트먼(1979)의 주장과 일치하는 결과들이다. 그러나 이들은 모두 미국에서도 케이블 텔레비전이 급증하기 시작한 1990년대 이전에 수행된 연구여서 다채널화된 지금의 방송 환경에 일반화하여 적용하기는 어려워 보인다.

지금까지의 논의를 정리해보면 경쟁 환경에서 미디어 기업의 행위 전략은 크게 상품 차별화 전략과 비용 전략으로 나누어 분석할 수 있다. 그러나 기업들이 상품 차별화 전략을 사용하는지, 기존의 전략을 고수하는지에 대하여 하나의 결론이 도출되지는 않았으며, 비용 전략 측면에서는 최근의 경쟁 상황을 대상으로 한 연구들이 부족한 실정이다. 본 논문에서는 선행연구들의 분석 방법을 기초로, 프로그램 중에서도 특히 뉴스 프로그램의 변화를 평가하여 국내 미디어 기업들이 종편 출범 이후 상품 차별화 전략 및 비용 전략을 어떤 방향으로 설정하고 있는지 살펴보고자 한다.

### 3. 미디어 기업의 경쟁 전략과 뉴스 보도

미디어 기업들은 경쟁에 대응하여 차별화 전략 또는 비용 전략을 유동적으로 사용하는 것으로 나타났다. 뉴스 보도에 있어서, 보도 기사의 질적 변화를 살펴보

면 경쟁 환경에서 미디어 기업들의 보도의 전략 또는 방향을 가늠할 수 있다. 미디어 기업들의 경쟁 전략이 뉴스 생산물의 변화에 실제 어떤 영향을 미쳤는지 살펴본 기존 연구들은 크게 뉴스 형식 변화에 관한 연구, 뉴스 내용 변화에 관한 연구로 구분할 수 있다.

첫 번째 유형인 뉴스 형식 변화에 대한 연구들은 미디어 기업들이 형식적 측면에서 기존의 보도관행을 탈피하고 차별화 전략을 통해 증가한 경쟁에 대응하고 있다고 대체로 일관된 결론을 내리고 있다. 대표적으로, 파워스(Powers, 1993)는 미디어 산업조직 모형을 기초로 경로분석을 실시한 결과, 텔레비전 뉴스 시장의 경쟁 강도가 증가할수록 1일 평균 보도시간이 증가했다고 분석하였다. 잇따른 덴마크 텔레비전 뉴스 시장에 대한 연구(Powers, Kristjansdottir, & Sutton, 1994)에서도 신생 채널이 등장하여 경쟁이 증가하게 되면서 기존 텔레비전 뉴스의 포맷, 기사 제시방식, 기사 길이 등 형식적 측면에서 전반적인 개선이 나타났다고 평가하였다. CNN, Fox News Channel(FNC), MSNBC 등 미국의 대표적 24시간 케이블 뉴스 채널 간 경쟁이 증가한 상황에서 뉴스 차별화를 살펴본 배(Bae, 1999)의 연구에서도 경쟁이 뉴스 포맷 변화에 긍정적 영향을 준 것으로 나타났다.

이렇듯 뉴스 형식 변화에 대한 연구들의 분석 변수 및 결론은 비교적 일치하는 반면, 뉴스 내용 변화에 대한 연구는 보다 다양한 내용 변수에 대한 분석이 이뤄졌고, 결론 역시 한 방향으로 제시되지는 않았다. 이 연구들은 그 세부 변수에 따라 크게 내용 다양성 변화에 대한 연구, 상업화와 기사 품질 변화에 대한 연구 등으로 구분할 수 있다.

먼저, 내용 다양성에 관한 연구는 경쟁과 뉴스 보도에 관한 연구들 중 가장 많은 수를 차지하고 있는 유형이다. 그럼에도 불구하고 경쟁이 내용 다양성에 미치는 영향에 대한 일관되고 명확한 결론이 나타나지 않았다. 기본적으로 경쟁과 내용 다양성 간 정적인 관계가 있다고 주장하는 연구들은 경쟁 도입 시점을 기준으로 보도 기사의 주제 다양성, 이념 다양성, 취재원 다양성 등에 대한 내용 분석을 통해 경쟁 이후 내용 다양성이 증가했음을 기술적으로(descriptive) 검증해왔다. 대표적으로, 1996년 미국 뉴스 시장에 처음으로 전국 단위 케이블 뉴스 채널인 MSNBC와 FNC가 등장한 이후 뉴스 시장의 내용 다양성 변화를 분석한 배(Bae, 2000)는 경쟁이 증가하면서 전반적인 주제 다양성은 물론, 타 방송사와 겹치지 않는 각 방송사의 고유 기사(unique story)의 주제 다양성이 증가했다고 평가하

였다. 한겨레신문 등장 이후 국내 신문 시장의 내용 다양성 변화를 다룬 이진영과 박재영(2010)의 연구에서도 보도 경쟁이 치열해지자 신문 시장 전체는 물론 기존 신문 모두 주제 다양성과 취재원 다양성이 증가한 것으로 나타났다. 장하용(2011) 역시 국내 중앙종합일간지와 지상파 방송을 대상으로 한 연구에서 경쟁의 강도가 심화된 최근으로 올수록 기사들의 주제 다양성이 증가했다고 분석하였다.

흥미롭게도 경쟁이 전체 뉴스 시장의 내용 다양성은 증가시킬 수 있으나, 기존 채널의 내용 다양성은 오히려 떨어뜨린다는 연구 결과도 있다. 리(Lee, 2007)는 3개 종합일간지가 시장점유율 50% 이상을 차지하던 타이완(대만) 신문 시장에 2003년 새로운 일간지가 등장하며 경쟁이 촉발된 상황에서 주제 다양성 변화를 분석한 결과, 신문 시장의 다양성은 증가했으나 기존 과점 구조 내 신문의 내용 다양성은 감소했다고 평가하였다. 다시 말해, 뉴스 시장의 다양성 증가는 신규 매체가 차별화된 내용을 제공했기 때문이며, 이 때 기존 매체들은 오히려 보수적으로 기존의 내용 관행을 고수하거나 더 제한된 내용을 제공했다는 것이다. 이진영과 박재영(2010)의 연구에서는 앞서 언급한 대로 한겨레신문 등장 이후 기존 신문들(조선일보, 중앙일보, 동아일보)의 주제와 취재원 다양성은 증가한 반면, 이념 다양성은 오히려 감소했다고 주장하였다.

반면, 경쟁이 뉴스 시장 전반의 내용 다양성을 감소시킨다는 주장들도 있다. 맥매너스(McManus, 1994)는 일반적으로 경쟁자들이 가격이나 상품의 수준에 대해 협력하는 경향이 있는 과점 구조의 시장에서는 상품 개발과 혁신이 매우 위험한 전략이며, 특히 미디어 시장에서는 이러한 위험을 기피하고 다수의 소비자층의 기호에 맞추려는 경향이 더 크게 나타난다고 주장하였다. 이러한 경향은 기자들이 특종 기사보다도 경쟁사가 보도하는 주요 기사를 놓치지 않는 것에 더 집착하는 "패거리(pack)" 심리를 야기하며, 궁극적으로 이러한 심리가 기사 차별화를 저해한다고 설명하였다. 해밀턴(Hamilton, 2004) 역시 같은 관점에서 경쟁이 증가하고 기자 수가 많아질수록 보도의 주제는 다수 소비자층에 맞추어지고 기자들 간 집단 심리가 작용하여 특종 보도를 하거나 인상적인 탐사 보도를 하는 기자에 대한 배척이 심해진다고 보았다. 이에 따라 결과적으로 기자들이 변화를 기피하고 뉴스의 다양성이 감소된다고 분석하였다.

내용 변화 연구의 두 번째 범주인 상업화와 기사 품질 변화에 대한 연구는 미디어 기업들의 가격 전략과 관련되어 있다. 잘러(Zaller, 1999)는 뉴스 품질이 저하되는 주요 원인 중 하나로 경쟁과 이에 따른 언론 기업의 상업화를 들었다. 같

은 광고 시장을 두고 미디어 기업 간 경쟁이 치열해지면서 기업이 투자를 통해 내용 차별화를 이끌기보다 다수의 평균적 시청자의 주목을 끌고 비용(cost)을 낮추려는 노력을 하게 되며, 그 결과로서 기사 품질이 떨어진다는 것이다. 이러한 기사 품질의 대표적 준거로 제시되는 것은 기사의 심층성 하락과 연성화 개념이다.

방송사들은 한정된 시청자 시장을 두고 경쟁이 강화되면서 일반적인 시청자의 기준에 맞추기 위해 어렵고 복잡한 내용의 기사는 피하게 되고, 광고주 역시 구매력 있는 다수의 시청자가 선호하지 않는 탐사보도 류의 심층 뉴스를 기피하다 보니 결과적으로 전반적인 뉴스의 심층성이 떨어지게 된다(Hamilton, 2004, 2007). 해밀턴(Hamilton, 2004)은 이를 두고 기사의 외연적 ‘폭(breadth)’은 증가할지언정 ‘깊이(depth)’는 감소하게 되었다고 주장하였다. 다시 말해, 기사의 공급은 증가하지만, 기사 내용의 심층성은 점점 하락하는 셈이다. 결국 같은 시장 내에서 매체가 증가하면서 방송사들은 점점 비용을 줄이는 방향으로 뉴스를 만들게 되고, 그 결과, 쉽고 자극적인 연성 기사 위주로 뉴스가 구성되는 것이다(Coulson, & Lacy, 2003; Lacy, Coulson, & Cyr 1999).

국내에서도 미디어 간 경쟁이 심화되면서 이러한 시장지향적(market-driven) 저널리즘에 대한 확산 우려가 꾸준히 제기되어 왔다(이민웅, 1996; 장하용, 2011; 한진만·설진아, 2001). 광고 수입이 감소하면서 방송 뉴스의 상업화 문제는 계속적으로 지적되어 온 문제지만, 최근 들어 경쟁이 강화되면서 방송사들 간 정보 경쟁이 아닌 주목을 받기 위한 경쟁의 정도가 심화됐다는 것이다. 현직 기자들이 현행 방송 뉴스의 문제점을 분석한 연구(심석태 외, 2013)는 경쟁으로 인해 방송사들이 단기적으로 시청률을 높일 수 있는 ‘단순한 눈요깃거리 기사’, ‘동물농장’ 류의 기사, 구체적 정보 제공 없는 ‘체험, 삶의 현장’식의 기사를 내보내는 사례”(102쪽)가 증가했다고 비판했다. 장하용(2011)은 경쟁이 치열해지면서 언론이 자극적이고 선정적인 기사 위주로 보도를 하게 되었다고 분석했고, 정준희(2013) 역시 이러한 뉴스의 연성화 문제는 경쟁 심화에 따른 구조적 문제라고 지적했다.

비슷한 관점에서 시장지향적 저널리즘의 결과물로서 미디어 기업들이 앵커나 기자를 도구화 또는 상품화하고 있다는 주장도 있다(Hamilton, 2004). 경쟁이 심화되면서 미디어 기업들이 브랜드 아이덴티티를 높이기 위해 앵커나 기자를 기사 생산물의 일부로 간주하기 시작했다는 것이다. 구체적으로 앵커나 기자들의 화면 출연 횟수나 길이를 늘이거나, 이들의 발언에 정치적 이념이나 의견 개입을 두드

러지게 드러내는 식으로 시청자의 주목을 끌려고 한다는 것이다. 레이시 등(Lacy et al., 1999)도 같은 관점에서 경쟁이 증가할수록 미디어 기업들이 시청자의 관심을 끌기 위해 더 강한 이념적 편향성을 드러내기 시작한다고 주장했다.

지금까지 미디어 기업의 경쟁 전략과 뉴스 보도 변화에 관한 연구들에서 공통적으로 도출된 것은 경쟁 환경이 미디어 기업의 행위 전략에 변화를 주어 궁극적으로 기존의 보도관행에 변화를 주고 있다는 것이다. 그 변화의 방향에 대해서 뉴스 형식 측면에서는 기존의 관행을 탈피하는 쪽으로 일관되게 나타났지만, 내용 측면에서는 연구 결과들이 일치하지 않았다. 특히 내용 변화 연구에서 가장 많이 다뤄져 온 내용 다양성 변화 연구들은 대부분 같은 방법론을 사용하고 있음에도 불구하고 그 결과가 상반되는 경우가 많았다. 이에 반해 상업화와 기사 품질 변화에 대한 연구들은 경쟁이 강화되면서 뉴스의 내용이 뉴스의 연성화, 심층성 부재, 앵커의 상품화 등으로 대표되는 기존의 시장지향적 관행을 더욱 심화하고 있다고 공통적으로 지적하였다. 이에 본 논문에서는 뉴스의 내용적 변화를 이러한 시장지향적 관행 중심으로 살펴보고자 한다.

## 제 2 절 한국 방송 뉴스 시장의 변화

### 1. 종합편성채널의 등장과 방송 뉴스 시장의 경쟁 심화

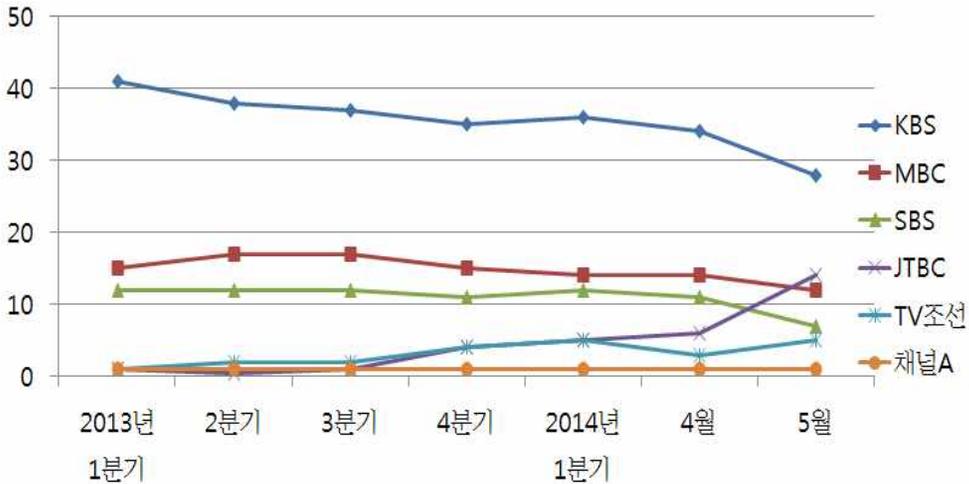
지상파 방송 뉴스의 보도관행을 살펴보기에 앞서 종편이 등장하면서 새로운 경쟁 상황이 초래된 지상파 방송사를 둘러싼 시장의 상황을 짚어볼 필요가 있다. 2009년 7월 22일 신문, 방송의 겸영과 대기업 및 외국인의 방송 소유를 허용하는 내용을 골자로 하는 미디어 법 개정안이 최종 가결되면서 2011년 12월 종편 4개사(채널A, JTBC, MBN, TV조선)가 개국하였다. 그 이전까지 지상파 방송 3사를 제외하고 국내에서 보도를 할 수 있는 유료채널사업자는 보도전문채널인 YTN과 MBN, 그리고 한국정책방송(KTV), 아리랑 TV, 국회방송 등 소수에 불과했다(원희영·윤석민, 2015). 특히 당시 이들 채널의 평균 시청률은 합산하여도 1%가 되지 않았기 때문에(임영호, 2008) 지상파 방송사를 위협할 정도의 경쟁자라 보기는 어려웠다. 이처럼 제한된 뉴스 시장에 전국 단위로 보도를 할 수 있는 종

편이 4개나 진입한 것은 그 자체로 큰 변화였으며, 특히 이들 중 3개사(채널A, JTBC, TV조선)의 모기업이 이른바 조·중·동으로 불리는 메이저 신문사들이라는 점에서 출범 초기부터 지상파 방송사 노조는 물론 일반 국민들의 설립 반대 여론이 컸다(안경숙·조현호, 2009; 윤고은, 2009).

종편의 초기 성과를 살펴보면 초기의 종편 4사 평균 시청률은 0.5% 내외로 저조했다(최영주, 2012). 그러나 2012년 총선과 대선을 기점으로 시청률이 상승하기 시작하여(심미선, 2014), 현재 4개 채널의 시청점유율은 지상파 1개사의 시청률을 웃도는 수준으로 성장하였다. 2015년 방송통신위원회 보고서에 따르면, 종편 4사의 시청점유율은 2012년 5.026%에서, 2013년 8.918%, 2014년 11.813%로 2배 이상 상승했다. 같은 기간 지상파 방송사의 전체 시청점유율은 2011년 62.665%, 2012년 61.523%, 2013년 56.558%, 2014년 54.477%로 꾸준히 감소하고 있다. 이 문행(2014)은 1991년 개국한 SBS가 드라마 ‘모래시계’의 흥행으로 1995년에야 안정 궤도에 올랐고, 케이블 채널도 출범 5년 이후부터 가입 가구가 늘고 시청률이 향상된 점을 감안하면, 종편의 성장세가 상당히 빠른 속도라고 평가했다. 또, 종편 등장 이후 지상파 방송사의 매출 점유율 역시 꾸준히 하락하고 있다. 2011년 33%였던 지상파 방송사의 매출 점유율은 종편 개국 이후인 2012년 30%, 2013년 27.8%로 감소하고 있다(미래창조과학부·방송통신위원회, 2014). 이 보고서에서는 지상파 3사의 시청률 및 매출 점유율 하락이 방송 시장의 경쟁 강도 확대와 지상파 방송의 입지 약화를 의미한다고 해석했다.

뉴스 장르에 있어서는 종편의 성장세가 더 명확하게 드러난다. 한국갤럽조사연구소(2014)가 전국 성인 1200여명을 대상으로 조사한 뉴스채널 선호도를 조사한 결과, 2013년 이후 지상파 3사 뉴스에 대한 선호도는 감소세를 보이고 있는 반면, 종편인 JTBC와 TV조선의 선호도는 급증했다(〈그림 2〉 참고). 특히 JTBC에 대한 선호도는 세월호 사건 이후인 2014년 5월 당시 MBC와 SBS에 대한 선호도를 넘어섰다. 종편 뉴스에 대한 신뢰도 역시 출범 3년 만에 평균 3.6점(5점 척도)을 기록해 지상파 방송(3.9)과 보도전문채널(3.7)에 이어 3번째로 높았으며, 이미 전국종합신문의 기사 신뢰도(3.43)를 능가하고 있다(한국언론진흥재단, 2014). 방송사별 저녁종합뉴스의 시청자 특성을 분석한 심미선(2014)의 연구에서는 MBC, SBS와 JTBC의 메인뉴스 시청자 구성이 성별과 연령 측면에서 유사하고, KBS와 채널A, TV조선의 시청층이 비슷하다는 사실이 발견되었다. 이러한 결과들을 통해 종편이 뉴스 시장에서 비교적 동일한 시청자를 대상으로 하여 지상파 방송사의

위협적인 경쟁자로 대두하고 있음을 확인할 수 있다.



출처: 한국갤럽조사연구소 (2014). <한국인이 즐겨보는 뉴스채널> (한국갤럽 데일리 오피니언). 서울: 한국갤럽조사연구소, 3쪽에서 인용.

그림 2. 뉴스 채널 선호도 (%)

종편의 지상파 방송사와 차별화되는 저널리즘을 일컫는 이른바 ‘종편 저널리즘’은 막말 보도, 왜곡 보도, 정치적으로 편향된 보도 등으로 방송 시장의 공공성을 훼손하고 있다는 비판을 받아 왔다(구영희, 2014; 김춘식, 2014). 반면, 윤석민(2013)과 홍성일(2013)은 종편이 도전적이고 과감한 시도를 통해 천편일률적이었던 방송 뉴스 시장에 변화를 가져왔다고 분석했다. 내용적으로 볼 때, 종편으로 인해 뉴스에서 하나의 이슈에 집중하는 시간을 늘어나면서 심층성이 강화되었고(윤석민, 2013), 형식적으로는 새롭게 도입한 ‘토크형 뉴스’를 낮 시간대에 집중 편성하여 지상파 방송사가 외면해온 낮 시간대의 시청행태를 바꾸어 놓았다는 평가(성호철·김지섭, 2014)가 존재한다. 장하용(2013)은 종편 뉴스 분석을 통해 종편 저널리즘의 특징을 크게 연성화, 심층성, 그리고 진행 형식의 차별화로 꼽았다. 지상파 방송사의 저녁종합뉴스에는 등장하기 어려운 연성 뉴스들이 ‘생활밀착형 아이템’이라는 이름으로 보도되는 현상, 다양한 아이템을 열거하는 지상파 방송과 달리 3~4개의 관련 이슈를 모아 원인, 결과, 대안을 집중적으로 분석하는 기사의

구성, 그리고 기사의 전달과 토론 및 대답이 한꺼번에 이루어지는 방식이 특징적이라는 것이다. 이렇듯 종편 저널리즘은 지상파 방송사의 관행과 대비되며 주목 받았다. 이에 종편 출범 이후 지상파 방송사의 뉴스가 변화하였다면, 종편 저널리즘의 특징과 유사하게 변화하고 있는지, 또는 더 차별화하는 방향으로 가고 있는지 지상파 뉴스의 기존 보도관행을 중심으로 살펴보고자 한다.

## 2. 지상파 뉴스의 보도관행

간츠(Ganz, 1979)는 방송사들이 마감시간이라는 제약조건 하에 효율적으로 뉴스를 생산하고, 기존 시청자의 이탈을 막기 위한 일환으로 일정한 제작 관행(routine)을 고수하려는 경향이 있다고 설명하였다. 이러한 관행은 시간이 지날수록 종사자들의 업무 과정에 내면화되면서 언론 행위를 일종의 전문직으로 만들어 주는 역할을 해왔다(Tuchman, 1978). 이에 따라 뉴스 역시 정형화된 전달 패턴을 지니게 되는데 보도관행이 표면화되면서 나타난 이러한 패턴을 일컬어 ‘뉴스 도식(news scheme)’이라 부른다(이준웅·황유리, 2004; 최영재·남재일, 2013). 구조화된 뉴스 도식은 형식적 도식과 내용적 도식으로 구분할 수 있으며, 지금까지 국내 방송 뉴스 도식을 발견하기 위한 연구들은 대체로 형식적 측면에서의 도식을 확인하는 데 집중해왔다.

### 1) 형식적 도식

뉴스의 형식적 도식을 살펴본 연구들(반현·홍원식, 2009; 이재경, 2004; 이준웅·황유리, 2004; 최영재, 2009; 최영재·남재일, 2013)에서 공통적으로 나타난 지상파 뉴스의 형식적 도식을 정리하면 <표 3>과 같다. 대표적으로, 1990년대부터 2000년 초반까지 수행된 방송 뉴스 관련 연구 자료들을 종합하여 분석한 이재경(2004)의 연구 결과, 한국 메인뉴스의 방송 시간은 평균 42분으로 미국(ABC) 20분, 프랑스(F2) 25분, 독일(ZDF), 일본(NHK), 영국(BBC) 26분에 비해 약 2배 가량 길었으며, 이에 따라 1일 평균 아이템 수 역시 32.8개로, ABC 11~12개, BBC 15~16개에 비해 2배 이상 많았다. 반면, 개별 기사당 평균 보도시간은 85초~90초 수준으로, BBC(116.9초), NHK(139.1초)에 비해 훨씬 짧은 것으로 나타났다.

기사당 평균 취재원 수는 방송사별로 2.53~2.93명으로, 미국 NBC 뉴스의 4.23명에 비해 적게 사용하고 있었다. 그렇다보니 자연적으로 기사에 포함된 취재원의 육성 길이를 의미하는 사운드 바이트의 길이 역시 짧은 편<sup>4)</sup>이었다. 이준웅과 황유리(2004)는 이와 함께 기사 제시방식을 추가로 살펴보았는데, 한국 방송 뉴스는 앵커의 도입 멘트, 기자의 리포팅으로 구성된 획일적인 구성을 보이고 있는 것으로 나타났다. 이후 진행된 최영재와 남재일(2013)의 연구에서도 한국의 방송 뉴스 중 앵커와 기자 녹화 리포트로 구성된 유형이 86% 이상을 차지해 도식화된 형태임을 확인할 수 있다.

표 3. 지상파 뉴스의 형식적 도식

형식	도식적 특징
기사 아이템 수	평균 32~35건
아이템별 보도시간	평균 80~90초
기사 제시방식	앵커멘트 + 기자 녹화 리포트
취재원 수	평균 2.53~2.93명
사운드바이트 길이	평균 8~9초

주. 반현·홍원식(2009), 이재경(2004), 이준웅·황유리(2004), 최영재(2009), 최영재·남재일(2013)의 논의를 종합하여 구성함.

선행연구들은 공통적으로 외국의 뉴스들이 정해진 도식 하에서 기사의 중요도에 따라 도식에 변화를 주며 ‘작업의 리듬’(Tuchman, 1978)을 형성하고 있는 반면, 한국 방송 뉴스는 형식적 도식이 과도하게 정형화되어 있어 천편일률적인 틀에서 벗어나지 못하고 있다는 점을 문제로 지적해왔다. 반현과 홍원식(2009)은 지상파 방송사 뉴스는 치열한 콘텐츠 경쟁 보다는 시장에서의 과점적 위치를 유지하며 유사한 도식 속에서 변화를 지체했던 것으로 평가했다. 최영재(2009)도 방송 리포팅 방식에 수십 년간 변화가 없었다며 방송 뉴스 프로듀싱의 개선을 촉

4) 한국과 영국, 일본의 메인 뉴스에서 사용된 사운드 바이트 평균 길이를 비교한 결과, KBS와 MBC는 각각 평균 8.5초, 9.0초로 10초 이내의 길이로 측정된 반면, 영국 BBC는 13.4초, 일본 NHK는 25.3초로 기록되어 사운드바이트 길이가 훨씬 긴 것으로 나타났다(이재경, 2004).

구했다. 그는 녹화된 기자의 리포트보다 기자가 직접 출연 또는 생중계 보도를 할 때 시청률이 상승한다는 것을 입증하며 시청률 때문에 도식을 유지하고 있다는 방송사들의 주장(이재경, 2004; 이준웅·황유리, 2004; Rosenstiel, 2007)이 근거 없는 주장임을 확인하였다.

한편, 이재경(2004)은 이러한 한국 뉴스 특유의 형식적 도식이 방송사 간 경쟁의 산물로서 1980년대부터 고착되어 온 형태라고 설명했다. 1970년 MBC가 지금과 유사한 형식의 ‘뉴스데스크’를 선보이면서 이전까지 아나운서가 읽어주던 도식 위주의 뉴스가 앵커와 기자 리포트로 구성된 현재의 형태로 변화하였고, TBC와 KBS까지 영향을 주어 현재의 도식을 형성하게 되었다는 것이다. 또한 1990년대 초 SBS가 출범하면서 3시간 시청률 경쟁이 과열되고, 뉴스 시간이 늘어나게 되면서 지금의 평균 45분에 이르게 됐다고 분석하였다. 뉴스 시장의 경쟁이 지금의 형식적 도식에 영향을 주었다는 이러한 사실은 종편의 등장으로 유입된 새로운 유형의 경쟁 역시 기존의 관행에 영향을 미칠 가능성을 유추하게 한다.

## 2) 내용적 도식

지금까지 지상파 방송 뉴스 보도에 관행적으로 드러나고 있는 내용적 도식을 정리하면 <표 4>와 같다. 지상파 뉴스의 주제는 정치, 경제, 범죄/사건 위주의 편재성을 나타냈으며, 뉴스의 연성화 경향이 높은 것으로 나타났다. 기사 구성방식을 통해 살펴본 뉴스의 심층성은 낮은 편이었고, 앵커가 주관적으로 의견을 드러내는 경우 역시 낮은 것으로 나타났다.

표 4. 지상파 뉴스의 내용적 도식

내용	도식적 특징
연성화	높음 (약 50%)
심층성	낮음 (과정/결과 중심)
앵커의 의견개입	낮음

주. 윤영철(2007), 이준웅·황유리(2004), 한진만·설진아(2001)의 논의를 기초로 구성함.

이준웅과 황유리(2004)는 터크만(Tuchman, 1978)의 주장을 인용하며 뉴스의 내용에도 고정된 도식이 있음을 증명하였다. 터크만은 작업의 효율성을 위해 언론사가 유형화된 작업의 리듬을 만드는 과정에서 뉴스의 형식은 물론 주제나 내용적인 부분 역시 정형화된 형태를 갖게 된다고 주장하였다. KBS 메인 뉴스를 중심으로 기사 내용 분석을 한 결과, 미국과 영국의 뉴스는 국제 뉴스 비중이 높은 반면, 한국 방송 뉴스의 주제는 국내 정치(23%), 범죄/경찰(14%), 경제/산업(14%) 순으로 집중되어 있는 것으로 나타났다. 이와 함께 뉴스의 구성방식을 분석하여 심층성을 살펴본 결과, 한국 방송 뉴스는 사건의 과정과 결과<sup>5)</sup>만 제시한 단순 기사가 전체의 절반 이상을 차지해 이러한 형태가 관행적으로 가장 많이 구성되는 형태임을 확인하였다. 반면, 영국 BBC와 미국 ABC는 모두 기사의 과정, 결과와 함께 원인과 반응이 함께 나타난 형태가 가장 많이 사용되어 국내 방송 뉴스에 비해 심층적으로 제시하고 있는 것으로 나타났다.

이와 함께 매체 간 경쟁 심화로 나타난 시장지향적 저널리즘 역시 방송 뉴스의 내용적 관행에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이민웅(1996)은 국내 방송 뉴스에 공공 문제를 중요하게 다루는 정보성 뉴스보다는 인간적 흥미를 유발하는 연성뉴스의 비중이 늘어나는 추세에 있다고 지적하였다. 실제 1997년 방송개발원이 방송 뉴스 연성화 경향을 분석한 결과, 방송 3사 모두 연성 뉴스 비율과 경성 뉴스 비율이 1:1 수준으로 나타나 연성 뉴스 비율이 높은 것으로 나타났다(한국방송개발원, 1997: 한진만·설진아, 2001 재인용). 이러한 경향은 후속 연구(한진만·설진아, 2001)에서도 비슷하게 확인되어 뉴스의 연성화는 지상파 뉴스의 관행이 되어 있다는 것을 알 수 있다. 한진만과 설진아(2001)의 연구에서 흥미로운 발견은 정치, 경제 등 전형적으로 경성 뉴스로 분류되어 온 주제에서 역시 갈등·흥미 등 연성 소재 위주의 보도 경향이 나타나고 있다는 점이다. 이에 대해 연구자들은 급격한 경쟁에서 살아남기 위한 차별화 전략으로 방송사들이 연성화를 택하고 있다고 해석하였다. 장하용(2011)의 연구에서도 경쟁이 증가하고 언론사의 경영 상태가 악화될수록 언론사는 연성 아이템의 비율을 늘리는 연성적 차별화 전략을 사용한다는 사실이 발견되었다.

반면, 앞서 해밀턴(Hamilton, 2004)이 뉴스 시장의 경쟁과 시장지향적 저널리

5) 이 연구에서 기사의 심층성을 비교분석하는데 사용된 분석 범주는 1)과정/결과 2)원인+과정/결과 3)과정/결과+반응 4)원인+과정/결과+반응 5)원인+과정/결과+반응+대안 등 5가지이다. 연구자들은 1)에서 5)로 갈수록 기사의 심층성이 높아지는 구성이라고 해석하였다.

즘의 확대에 따른 결과물로 제시했던 앵커/기자의 상품화 경향은 한국 방송 뉴스에서는 아직까지 나타나지 않고 있는 것으로 확인되었다. KBS 저녁종합뉴스인 <뉴스9>과 시사보도프로그램인 <생방송 시사투나잇>, <추적60분>의 진행자의 의견개입 형태를 비교분석한 연구(윤영철, 2007)에서 다른 프로그램에 비해 <뉴스9>의 경우, 진행자가 의견이나 가치 개입을 하는 빈도가 현저히 낮아 객관 저널리즘의 관행을 잘 따르고 있는 것으로 나타났다. 종편 저녁종합뉴스의 보도 공정성을 살펴본 원희영과 윤석민(2015)의 연구에서도 2012년 대선 당시 종편 앵커 및 기자의 주관적 의견 개입 비중은 평균 20~60%로 높고 편향적으로 나타난 반면, 지상파 중 하나로 분석된 SBS의 경우 의견개입을 하지 않는 경우가 80% 이상으로 나타나 비교적 객관성을 유지하고 있음이 확인되었다.

### 제 3 절 연구문제 및 가설

지금까지 살펴본 이론적 논의를 바탕으로 본 연구에서는 종편이 등장하면서 지상파 뉴스의 보도관행에 변화가 발생했는지 여부를 지상파 뉴스의 기존 도식 변화를 중심으로 실증적 차원에서 살펴보고자 한다. 이를 통해 간접적으로 지상파 3사 뉴스 조직들이 경쟁 전략으로 상품 차별화 전략 또는 비용 전략을 어떻게 사용하였는지 역시 분석할 수 있다. 본 연구에서 설정한 연구문제와 가설은 다음과 같다.

먼저, 뉴스 도식 중 첫 번째 범주인 형식적 측면의 도식이 종편이 출범하면서 변화하였는지에 대해 구체적으로 5가지 측면에서 형식적 도식의 변화를 살펴보았다.

[연구문제 1] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 영향을 미쳤는가?

[1-1] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 아이템 수 변화에 영향을 미쳤는가?

[1-2] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 아이템별 보도시간 변화에 영향을 미쳤는가?

[1-3] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 기사 제시방식 변화에 영향을 미쳤는가?

[1-4] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스에 인용된 취재원 수 변화에 영향을 미쳤는가?

[1-5] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스에 삽입된 사운드바이트의 길이 변화에 영향을 미쳤는가?

경쟁이 증가할수록 미디어 기업들은 기존의 형식적 관행을 탈피하는 경향이 있다. 이에 본 연구에서 [연구문제 1]을 검증하기 위해 수립한 가설의 기본적인 방향 역시 경쟁에 대응하여 포맷이 다양화되고, 기사의 길이가 증가한다는 선행 연구들(Bae, 1999; Powers, 1993; Powers, et al., 1994)의 결과를 따랐다. 구체적인 가설은 다음과 같다.

〈가설 1-1〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 아이템 수는 감소했을 것이다.

〈가설 1-2〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 아이템별 보도시간은 증가했을 것이다.

〈가설 1-3〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 기사 제시방식은 다양해졌을 것이다.

〈가설 1-4〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스에 인용된 취재원 수는 증가했을 것이다.

〈가설 1-5〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스에 삽입된 사운드바이트 길이는 증가했을 것이다.

두 번째로, 내용적 도식의 변화를 3가지 측면에서 살펴보았다.

[연구문제 2] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화에 영향을 미쳤는가?

[2-1] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 연성화 정도 변화에 영향을 미쳤는가?

[2-2] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 심층성 변화에 영향을 미쳤는가?

[2-3] 종합편성채널 출범은 지상파 뉴스의 앵커 의견 개입 정도 변화에 영향을 미쳤는가?

뉴스 보도 내용 변화를 다룬 기존 연구들을 통해 미디어 시장에서의 경쟁이 강화될수록 뉴스 내용의 시장지향적 관행이 심화되는 것을 확인하였다. 구체적으로, 시청률을 얻기 위해 주목을 위한 경쟁이 심화되면서 비용과 시간은 많이 투자해야 하는 반면 시청자가 선호하지 않는 심층적 기사는 줄어들고, 기사의 연성화 경향과 의견 개입 정도는 증가하는 것으로 나타났다. 이러한 경향에 부합하는 방향으로 예상한 [연구문제 2]의 가설은 다음과 같다.

〈가설 2-1〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 연성화 정도는 증가했을 것이다.

〈가설 2-2〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 심층성은 감소했을 것이다.

〈가설 2-3〉 종합편성채널 출범 이후 지상파 뉴스의 앵커 의견 개입 정도는 증가했을 것이다.

## 제 3 장 연구 방법

지금까지 종편 출범에 따른 지상파 방송사의 뉴스 변화를 분석하기 위한 연구 문제와 가설들을 제시하였다. 이를 바탕으로 제 3장에서는 연구문제에 언급된 주요 변수들을 측정하는 방법을 구체적으로 설명하고자 한다. 본 연구는 종편 출범 전후 6년치 지상파 방송 3사의 저녁종합뉴스 기사 내용분석을 통해 데이터를 수집하였다. 이후 종편 출범이 종속변수들에 미친 영향을 통계적으로 판단하기 위해 정책의 개입 효과를 평가할 때 사용하는 분석방법인 개입시계열분석을 사용함으로써 기존의 뉴스기사 내용분석 연구들에서 제기되어 온 기술적 분석방법의 한계를 극복하고자 하였다.

### 제 1 절 주요 변수의 개념 및 측정

#### 1. 지상파 뉴스의 형식적 도식

[연구문제 1] “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 형식적 도식은 변화하였는가?”에서는 형식적 도식을 구성하는 세부 항목들로 아이템 수, 아이템별 보도시간, 기사 제시방식, 취재원 수, 그리고 사운드바이트 길이 등 5가지 변수를 포함하였다. 본 연구에서 이 변수들을 측정한 방식은 다음과 같다.

##### 1) 아이템 수

아이템 수는 1일 평균 전체 저녁종합뉴스에 구성된 기사 아이템의 개수를 의미한다. 저녁종합뉴스의 도입부에 주요 뉴스를 소개하는 헤드라인과, 후반부에 연결되는 스포츠 뉴스 및 기상캐스터가 진행하는 날씨 예보의 경우 포함하지 않았다.

##### 2) 아이템별 보도시간

아이템별 보도시간은 각각의 기사 아이템이 보도되는 길이를 뜻하며, 본 연구에서는 초 단위로 개별 기사 길이를 측정하였다. 측정 수단에 따라 시간 측정이 미세하게 달라지는 것을 방지하기 위하여 방송사 공식 메인 뉴스 누리집의 기사별 VOD 상에 표시되는 최종 시간을 기록하는 것으로 방식을 통일하였다.

### 3) 기사 제시방식

방송 뉴스의 제시방식은 뉴스를 구성하는 외형적 특징을 나타내는 것으로, 앵커와 보도기자의 등장 여부, 인터뷰 포함 여부, 제목·자막·사진 등의 이용 여부, 지도나 그래픽 사용 여부, 자료 화면 사용 여부, 현장 중계 등의 구성 방식 등을 포함한다(이준웅·황유리, 2004). 본 연구에서 제시방식의 범주는 선행 연구(이준웅·황유리; 한진만·설진아, 2001)에서 사용한 유형에, 내용분석 파일럿 테스트<sup>6)</sup> 결과 종편 등장 이후 새롭게 나타난 유형들을 추가하여 <표 5>와 같이 9가지로 구분하였다. <표 5>에서 (1)~(4)에 해당하는 유형은 선행 연구들에서 국내 지상파 방송 뉴스의 양식으로 분류한 것들이며, (5)~(8)은 파일럿 코딩 과정에서 새로운 뉴스 형식으로 발견된 유형이다. 이들은 공통적으로 두 개 이상의 기자 리포트가 분리되지 않고 연속해서 보도되거나((5), (7)) 앵커가 아닌 기자가 스튜디오나 미디어월에 출연하여 진행하는 경우((6), (7), (8))들이다. 이러한 유형들은 종편 출범 이후 새로운 뉴스 형식이 얼마나 나타났는지 기술적으로 살펴보기 위해 포함하였다. 기사 제시방식 변화의 측정은 기존의 도식인 (1)번 유형의 전체 기사 대비 비율 변화로 측정하였다.

---

6) 파일럿 테스트를 포함한 자세한 코딩 절차는 본 논문의 제 3절(1. 데이터 수집) 참고.

표 5. 기사 제시방식

기사 제시방식	비고
(1) 앵커 + 기자 리포트	도식
(2) 앵커 + 기자 현장 생중계 + 보도화면	
(3) 앵커 + 기자 스튜디오 출연 + 보도화면	
(4) 앵커 + 단신처리 (단독진행)	
(5) 앵커 + 기자리포트 1 + (기자 출연) + 리포트 2(3) (리포트 2개 이상 연속)	새로운 유형
(6) 기자(스튜디오 진행) + 기자 리포트	
(7) 기자(스튜디오 진행) + 리포트 1 + 리포트 2(3) (리포트 2개 이상 연속)	
(8) 기자(스튜디오 진행) + 단신 (단독진행)	
(9) 기타	

출처: 최영재·남재일 (2013). 텔레비전 뉴스 포맷의 국가간 비교 연구. <언론과학연구> 13권 3호, 661-692, 676쪽에서 일부 수정.

#### 4) 취재원 수/ 사운드바이트 길이

취재원은 기사에 인용된 기명과 무기명의 취재원의 숫자로 측정하였다. 사운드 바이트는 편집되어 뉴스에 삽입되는 취재원의 육성부분을 의미하며(이재경, 2003), 방송 뉴스 스크립트 상에 ‘인터뷰’, ‘녹취’, 또는 ‘인터뷰이 이름/소속’ 등의 형태로 제시되어 있는 경우를 측정하였다. 길이는 보도시간의 경우와 마찬가지로 방송사별 저녁종합뉴스 누리집의 기사별 VOD 상에 표시되는 시간을 초 단위로 기록하였다.

## 2. 지상과 뉴스의 내용적 도식

[연구문제 2] “종편 출범 이후 지상과 뉴스의 내용적 도식은 변화하였는가?”를 해결하기 위하여 내용적 도식을 연성화 정도, 심층성, 앵커의 의견 개입 정도 등

3가지 세부 항목으로 구성하였다. 각 변수들을 측정할 방식은 아래와 같다.

## 1) 연성화 정도

연성화는 연성 소재 여부로 측정하였다. 다시 말해, 연성뉴스인 것을 '1', 연성 뉴스 아닌 경우를 '0'으로 더미변수화하여 전체 기사 대비 연성 뉴스 비중을 비교하였다. 경성 뉴스와 연성 뉴스는 출처의 내용의 중요도 및 흥미도에 따라 구분할 수 있다(Charnely, 1975: 한진만·설진아, 2001 재인용). 이 기준에 따르면, 연성 뉴스는 뉴스의 출처가 사적 영역이면서 인간적 흥미를 주요 내용으로 담고 있는 뉴스이며, 경성 뉴스는 뉴스의 출처가 공적 영역이면서 정보의 중요성과 사회적 영향성을 분석적으로 담고 있는 뉴스를 일컫는다. 연구자는 뉴스 주제의 연성화가 미디어의 상업화에 따른 기존의 보도관행이었다면, 종편 출범 이후 사담의 저널리즘 같은 해석적 뉴스들이 등장하면서 연성 뉴스로 분류되지 않던 경성 주제의 뉴스에도 연성화 경향이 나타나면서 기존의 관행이 강화되고 있을 것이라고 판단하였다. 이에 따라 뉴스 소재의 연성화에 초점을 맞추어 살펴보았다. 이를 분석하기 위해 구체적으로 한진만과 설진아(2001)의 분석 틀을 통해 연성화 정도를 살펴보았다. 연성 뉴스의 소재는 선행 연구의 유목 분류(한진만·설진아, 2001)에 따라 진기함/신비/흥미, 갈등/투쟁, 미, 성(sex), 모험, 재산/금전, 비애/재난, 발견/발명, 동물/식물, 인정/미담, 유행/경향, 건강 등을 포함하였다.

## 2) 심층성

지상파 뉴스 보도가 얼마나 심층적으로 보도되고 있으며, 기존의 도식과는 어떻게 다른지 살펴보기 위해서 선행연구(손승혜, 1999; 이준웅·황유리, 2004)를 참고하여 기사의 구성방식을 분석하였다. 본 연구는 기사의 구성방식을 <표 6>과 같이 5개로 구분하였으며, 뉴스의 구성은 (1)에서 (5)로 갈수록 기사가 사안의 발생 또는 과정은 물론 해당 사안에 기저하고 있는 원인과 반응, 나아가 대안까지 복합적이고 심층적으로 전달하고 있다는 것을 의미한다(이준웅·황유리, 2004). 여기서 과정/결과는 발생한 사안의 진행 상황 또는 결과 자체만 보도한 경우를 말한다. '원인'은 기사 내용 중 사안의 근본 원인에 대한 언급이 제시된 경우를 뜻

하며, ‘반응’은 사건에 대한 시민들의 반응 또는 이에 대한 전문가의 해석이나 해설이 존재하는 경우에 해당한다. ‘대안’은 사건의 해결 방안이나 미래 대비를 위해 준비해야 할 바가 제시된 경우를 포함한다. 이 때 구체적인 해결책이나 방안을 제시하지 않고, 단순히 “대책 마련이 요구됩니다”는 식의 대안 촉구형 멘트는 실질적 대안이라기보다 기사를 마무리할 때 자주 쓰이는 관행적 표현이기에 포함하지 않았다. 선행연구에서는 (1)에서 (5)로 갈수록 심층성이 커진다고 보았다. 사실상 과정/결과에 원인이 포함된 (2)의 유형과 과정/결과에 반응, 또는 대안이 포함된 (3)의 유형의 심층성이 다른지, (2)보다 (3)의 심층성이 더 높다고 평가할 수 있는지는 논란이 있을 수 있다. 다만, 본 연구에서는 측정의 편의를 위해 선행연구의 해석에 근거하여 해당 유목들을 서열척도화하여 5점 척도로 심층성 변화를 살펴보았다.

표 6. 기사의 심층성

	기사의 심층적 구성	비고
(1)	과정/결과	도식
(2)	원인 + 과정/결과	
(3)	과정/결과 + 반응(또는 대안)	
(4)	원인 + 과정/결과 + 반응(또는 대안)	
(5)	원인 + 과정/결과 + 반응 + 대안	

출처: 이준웅·황유리 (2004). 한국형 방송뉴스 도식의 발견. <한국방송학보>, 18권 3호, 232-292, 255쪽에서 인용.

### 3) 앵커의 의견 개입 정도

앵커의 의견 개입은 뉴스 프로그램에서 진행자인 앵커가 객관적 저널리즘을 추구하지 않고 어떤 방식으로든 가치판단이나 의견을 드러내고 있는 경우를 의미한다(윤영철, 2007). 이러한 유형은 주창 저널리즘의 확산에 따라 보편화되는 경향이며, 전통적인 관점에서 지상파 뉴스 앵커의 덕목인 ‘공정성’에서 벗어난 행태이다. 최근까지 국내 지상파 방송 메인 뉴스의 보도관행은 탐사·고발 위주의 시사 프로그램에 비하여 진행자가 비교적 의견 개입을 하지 않는 편이었다(윤영철,

2007). 그러나 진행자의 의견이 공공연하게 드러나는 종편 저널리즘이 등장하고 시장의 경쟁이 강화된 이후에도 이러한 도식이 유지되고 있는지 살펴보기 위하여 리포트 앞 또는 전체 뉴스 맨 마지막에 제시되는 앵커의 멘트를 기준으로 의견개입 여부를 코딩하였다. 앵커의 의견 개입 정도는 의견이 개입된 경우의 비중으로 측정하였다. 이 때 앵커의 의견개입은 운영철이 제시한 추론 혹은 추측에 의한 의견 표시, 대화와 맞장구를 통한 주관적 평가, ‘국민의 이름으로’ 의견 제시, 개인적 경험에 근거한 판단, 정책방향의 제시 등의 유형을 포함하여 판단하였다.

## 제 2 절 연구 대상

### 1. 분석 대상 뉴스 프로그램

본 연구의 분석 대상 매체는 KBS, MBC, SBS 등 지상파 3개사이며, 대상 프로그램은 각 매체의 평일 저녁종합뉴스이다. 저녁종합뉴스는 방송사가 편성하는 뉴스 프로그램 중 가장 공을 들여 취재하고 제작하는 간판 프로그램으로, 뉴스 프로그램 중 가장 높은 시청률을 기록하고, 자사의 보도 원칙 및 방향이 가장 분명하게 드러나 뉴스 프로그램의 특징을 살펴보는 데 적절한 분석 대상이다(원희영·윤석민, 2015). 상기 방송사들은 채널 단위로 KBS1, MBC, SBS 등 3개 채널에서 저녁 메인 종합뉴스를 방영하고 있으며, 시간은 채널마다 상이하지만 평일 기준 오후 8시에서 10시 사이에 약 55분에서 1시간씩 편성하고 있다. 본 연구의 분석 대상으로 삼은 각 채널의 평일 저녁종합뉴스는 <표 7>과 같다.

표 7. 분석 대상 프로그램

방송사	채널	프로그램명	편성시간 (평일 기준)
KBS	KBS1	KBS 뉴스 9	오후 9시 ~ 10시
MBC	MBC	MBC 뉴스데스크	오후 7시 55분 ~ 8시 55분
SBS	SBS	SBS 8 뉴스	오후 8시 ~ 8시 55분

표 8. 분석 대상 일자

	표집1	표집2	표집3	표집4	표집5
2008년	1월 첫째 월 1/7	3월 둘째 화 3/11	5월 셋째 수 5/21	7월 넷째 목 7/24	9월 첫째 금 9/5
2009년	2월 둘째 월 2/9	4월 셋째 화 4/21	6월 넷째 수 6/24	8월 첫째 목 8/6	10월 둘째 금 10/9
2010년	3월 셋째 월 3/15	5월 넷째 화 5/25	7월 첫째 수 7/7	9월 둘째 목 9/9	11월 셋째 금 11/19
2012년	4월 넷째 월 4/23	6월 첫째 화 6/5	8월 둘째 수 8/8	10월 셋째 목 10/18	12월 넷째 금 12/28
2013년	5월 첫째 월 5/6	7월 둘째 화 7/9	9월 셋째 수 9/18	11월 넷째 목 11/28	1월 첫째 금 1/4
2014년	6월 둘째 월 6/9	8월 셋째 화 8/19	10월 넷째 수 10/22	12월 첫째 목 12/4	2월 둘째 금 2/14

## 2. 분석 대상 일자

본 연구의 분석 기간은 2011년 12월 종편 출범을 기점으로 당해 연도를 제외하고 전후로 각 3년씩이다. 다시 말해, 종편 출범 이전 3년인 2008년 ~ 2010년의 뉴스, 종편 출범 이후 3년인 2012년 ~ 2014년의 뉴스, 총 6년치 방송 뉴스를 분석하였다. 3개 프로그램의 6년치 방송 뉴스를 전량 분석하는 것은 물리적으로 한계가 있기에 해당 기간의 뉴스를 일 단위로 분류하여 1년에 5일치씩 총 30일의 표본을 추출하여 분석하였다.

표본은 선행연구(이재경·김진미, 2010)를 참고하여 회전식 표집 방법으로 추출하였다. 계절적·요일적 특징이 과잉 반영되는 것을 막기 위해 월요일부터 금요일까지 5일간의 뉴스가 모두 한 번씩 표본이 될 수 있도록 두 달 간격으로 한 요일씩 분석대상 날짜를 선정했다. 주간의 특성 역시 통제하기 위해 4개의 주가 고

르게 반영될 수 있도록 하였다. 또한 분석 기간 방송 뉴스의 형식과 내용에 영향을 줄 수 있는 가외변수들을 통제하기 위해 수집된 표본에 특별한 사건 또는 재난 발생일, 선거 당일 등이 포함되었는지 확인하였다. 1차 표집 결과 선정된 일자 중 2010년 7월 28일은 재보궐 선거 당일로, 정규 편성 프로그램인 저녁종합뉴스가 아닌 선거방송이 특집 편성되어 분석 대상에서 빼는 것이 적절하다고 판단하였다. 이에 해당일을 제외하고 다시 상기의 표집 방법을 사용하여 2차 표본을 선정했다. 2차 표본에 해당하는 일자는 모두 특별한 이벤트 없이 저녁종합뉴스가 정규 편성되어<sup>7)</sup> 분석 대상 일자로 선택하기에 무리가 없다고 보았다. 분석 일자 선정 방식과 대상 일자는 <표 8>과 같다.

### 3. 분석 단위

분석 단위는 뉴스의 개별 기사 아이тем이다. 저녁종합뉴스 전반부에 배치되어 그날의 주요 뉴스를 소개하는 헤드라인과, 후반부에 저녁종합뉴스와 연결되는 스포츠 뉴스 및 기상캐스터가 진행하는 날씨 예보의 경우 분석 대상에서 제외하였다. 단, 상기의 블록에 해당하지 않고 시의성이나 뉴스 가치 등이 고려되어 저녁종합뉴스 중간에 포함되어 있는 스포츠 주제 아이тем이나 날씨 주제 아이тем의 경우 분석 대상에 포함하였다. 또, 다시 보기 동영상의 저작권 등의 문제로 남아있지 않은 경우도 분석에서 제외하였다. 이에 따라 분석에 포함된 기사 아이тем은 <표 9>와 같이 KBS 867건, MBC 803건, SBS 698건 등 모두 2328건이다. 연도별로는 종편 출범 이전인 2008년부터 2010년까지 총 1228건(2008년 411건, 2009년 424건, 2010년 393건), 종편 출범 이후인 2012년부터 2014년까지 총 1100건(2012년 343건, 2013년 381건, 2014년 376건)의 기사가 분석에 포함되었다.

7) 분석기간 중 뉴스 내용에 영향을 줄 수 있는 굵직한 사건으로, 2010년 천안함 사건(3월 26일 발생), 연평도 사건(11월 23일 발생), 2014년 세월호 사건(4월 16일 발생) 등이 있었으며, 선거는 매년 정기적으로 치러졌다. 구체적으로 2008년 총선(4월 9일) 및 재보궐 선거(6월 4일, 10월 29일), 2009년 재보궐 선거(4월 29일, 10월 29일), 2010년 지방선거(6월 2일) 및 재보궐 선거(7월 28일, 10월 27일), 2012년 총선(4월 11일) 및 대선(12월 19일), 2013년 재보궐 선거(4월 24일, 10월 30일), 2014년 지방선거(6월 4일) 및 재보궐 선거(7월 30일, 10월 29일) 등이다. 본 연구는 상기 사건 및 선거 변수가 뉴스 내용에 영향을 줄 영향을 배제하기 위하여 표집에서 제외하였다.

표 9. 분석 대상 기사

	KBS	MBC	SBS	총계
2008년	137	148	126	411
2009년	151	147	126	424
2010년	144	130	119	393
2012년	124	109	110	343
2013년	132	126	123	381
2014년	139	143	94	376
총계	827	803	698	2328

### 제 3 절 데이터 수집 및 분석 방법

#### 1. 데이터 수집

위와 같이 선정한 기사 아이템을 대상으로 두 명의 코더를 모집하여 내용분석을 진행하여 자료를 수집하였다. 내용분석 코딩 작업은 언론정보학 석사 졸업생 1명과 언론정보학 석사과정 재학생 1명 등 총 2명이 담당했다. 코딩 작업은 2015년 3월 30일부터 4월 20일까지 약 3주에 걸쳐 진행되었다. 두 명의 코더들은 분석 대상 날짜에 해당하는 방송 뉴스를 각 방송사 누리집의 저녁종합뉴스 '다시보기' 페이지에 들어가 기사 스크립트와 VOD 영상을 확인하는 방식으로 자료를 수집하였다.

이후 코딩 작업은 코드북 숙지 후 파일럿 테스트를 거쳐 적정 수준의 코더 간 신뢰도를 확보한 뒤 본 코딩에 들어가는 순으로 진행하였다. 우선 약 1주일간 총 분석대상 기사의 약 16%에 해당하는 동일 분량<sup>8)</sup>에 대해 파일럿 코딩을 실시하

8) 위머와 도미니크(Wimmer & Dominick, 2013)은 신뢰도 검정을 위한 파일럿 작업에 전체 분량의

였다. 파일럿 테스트를 진행하는 과정에서 선행 연구를 바탕으로 만든 코드북에 존재하지 않는 새로운 유형의 보도관행이 나타나면 ‘기타’로 코딩 후 메모를 남겨 연구자에게 고지하도록 하였다. 코더 간 신뢰도 검사에는 비명목 수준의 데이터에 사용할 수 있는 크리펜도르프 알파(Krippendorff's Alpha)를 사용하였다(Krippendorff, 2004, 2012). 두 차례의 파일럿 테스트를 실시한 결과, 측정 변수별 크리펜도르프 알파 값이 0.7~0.95 수준으로 적절한 신뢰도를 나타냈다<sup>9)</sup>. 이에 따라 코더들은 나머지 분량의 코딩 작업을 진행하며 동일한 형식의 엑셀 파일에 결과를 정리하였고, 그 과정에서 역시 특기할 만한 사안이 있으면 메모를 남겼다. 연구자는 최종적으로 두 명의 코더가 수집한 자료들의 형식과 결측값 여부, 메모 등을 확인하여 내용분석 자료 수집 과정을 마쳤다.

## 2. 개입시계열분석: 구간별 회귀모형의 적용

본 연구에서는 지상파 뉴스의 도식 변화에 종편 출범이 미친 영향을 통계적으로 검정하기 위하여 개입시계열분석(Interrupted time series analysis)<sup>10)</sup> 방법을 사용하였다. 시계열 자료 중 공휴일, 파업, 석유 파동, 정책 변화 등과 같은 외부 사건에 영향을 받아 급격한 변화를 보이는 관측값을 특이값(outlier)이라 하는데, 이 특이값 중 특히 시기와 원인이 알려진 경우를 개입(intervention)이라 칭한다(김덕기·김인규·이성덕, 2003; 이성덕·김주성, 2003). 개입시계열 분석은 이러한 개입의 효과를 분석하는 통계학적 방법으로, 시점 t에서 개입이 일어났을 때 시계열 자료에 나타난 변화 유무와 그 변화의 형태를 분석하는 방법이다(김덕기 등, 2003). 다시 말해, 어떤 사건이나 개입이 나타나기 이전의 시계열과 그 이후의 시계열 사이의 추세(기울기) 변화를 비교함으로써 개입의 영향을 판단할 수 있다(송근원, 2005).

---

10~20%를 표본으로 사용할 것을 제안하고 있다.

9) 코더 간 신뢰도는 사용하는 검정방법에 따라 허용되는 수준이 각각 다르게 적용되고 있다(Riffe, Lacy, & Fico, 2005/2011). 크리펜도르프(Krippendorff, 2004, 2012)는 허용 가능한 신뢰도 기준을 최소 0.6~0.67로 제시하고 있다.

10) 개입시계열분석은 우리말 번역이 통일되지 않고 연구자에 따라 개입시계열분석(김덕기·김인규·이성덕, 2003; 송근원, 2005; 윤의영, 1997), 시계열개입분석(조우현 등, 1993), 단절적 시계열분석(서인석·조현석·권기현, 2013; 유재원·손화정, 2009), 간여시계열분석(조일형·권기현, 2011) 등의 용어로 사용되고 있다.

개입시계열분석에서 쓰이는 모형은 자료의 형태에 따라 다양하다. 대표적인 모형으로는 선형 자료에 적용하는 AR 모형 또는 ARIMA 모형, 비선형의 자료를 설명하는 데 사용되는 ARCH(자기회귀조건부이분산) 또는 GARCH(일반화자기회귀조건부 이분산) 모형, 개입의 효과를 가시적으로 살펴보는 데 적합한 것으로 알려진 분절적 회귀(SR) 모형 등이 있다. 본 논문에서는 구간별 회귀(Segmented regression) 모형을 적용하여 종편 출범의 뉴스 시장 개입 효과를 분석하였다.

구간별 회귀분석 방법은 시간의 변화에 따른 정책의 개입 효과를 평가할 때 검정력이 높은 통계적 방법으로 알려져 있으며, 정책 개입이 야기한 다양한 과정과 결과의 역동적인 변화를 추정할 수 있다(Wagner, Soumerai, Zhang, & Ross-Degnan, 2002). 구간별 회귀분석 방법은 준실험(quasi-experiment) 설계 중 가장 강력한 방법으로 소개된(Campbell, Stanley, & Gage, 1963) 이후 그 유용성이 인정되어 계량경제학, 의·약학, 행정학 등 다양한 분야에서 사용되어 왔다(김동일, 2011; 류치영, 2012; 서인석·조현석·권기현, 2013; Wagner, et al., 2002). 이 모형은 개입한 사건 또는 정책의 영향을 파악하기 위해 원인변수로 시간변수가 회귀모형에 들어가는 형태이다. 예컨대, 개입한 정책의 장기적 영향을 보기 위해서는 개입한 시점 이전에는 '0', 개입 이후에는 '1'을 넣어 분석한다(송근원, 2013). 이 때 이 변수는 실제로 존재하는 변수가 아니며, 시간의 흐름에 따른 개입의 영향을 파악하기 위해 투입된 일종의 대리 변수이기 때문에 엄밀하게 시간의 독립적 영향을 판단하기는 어렵다. 다시 말해, 시간의 흐름 안에도 다양한 원인 변수가 녹아 있을 가능성이 존재한다는 것이다(송근원, 2013). 따라서 이 모형을 통해 개입과 종속 변수 간 인과관계를 명확히 확인할 수는 없으나, 시간의 흐름에 따른 개입의 영향이 존재한다는 것을 가시적으로 확인할 수 있다는 데 그 의의가 있다. 시계열에 따른 변화를 살펴볼 때, 유의성 검정에서 우연 등의 영향을 통제하기 위해 구간별 회귀모형을 반복하여 사용하게 되는데 단수의 개입 효과를 평가하기 위한 모형은 다음과 같은 식으로 나타낼 수 있다.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 \times \text{time}_t + \beta_2 \times \text{intervention}_t + \beta_3 \times \text{time after intervention}_t + e_t$$

본 연구에서 사용한 개입 시점(intervention)은 방송법 개정으로 종편이 출범한 2011년 12월이다. 독립변수로 적용한 종편 출범 여부는 이 개입 시점을 기점으로 해당 값을 종편 출범 전 '0', 출범 후 '1'로 부여하여 분석하였다. 개입 전의

추세를 나타내는 변수(time)와 개입 후의 추세를 나타내는 변수(time after interveion)는 개입 전후 각각의 시차를 의미한다. 개입 전 데이터에는 최초 측정 시점부터의 기간에 따라 0부터 시작하는 연속값을 부여하였으며, 개입 후 데이터에는 최초 측정 시점부터의 기간에 따라 1부터 시작하는 연속값을 부여하였다.

본 연구에서는 앞서 1절의 자료 수집 방법에서 언급하였듯, 종편 출범 이전과 이후에 각각 15개 시점<sup>11)</sup>, 구체적으로 매년 5개 시점에서의 데이터를 수집하였다. 시계열분석은 일반적으로 월 단위 자료를 사용하며, 경제 성장률과 같은 거시 지표의 움직임을 측정할 때는 연 단위 자료를 쓰기도 한다(김창진, 1999: 이진영·박재영, 2010 재인용). 방송사는 분기별로 개편을 하기 때문에 보도관행은 연속적인 월 단위보다는 분기 단위가 적절하다고 판단하여 약 2개월 간격으로 매년 5개 시점을 선정하였다. 따라서 본 연구에서는 분석단위가 2개월 간격의 월 단위이며, 분석 대상 기간은 총 30개월이다. 3개 방송사의 데이터를 시차로 전환하면 개입 전 45개, 개입 후 45개로 총 90개의 시차가 확보되었다.

종속변수로는 지상파 뉴스의 형식적 도식(보도 아이템 수, 아이템별 보도시간, 기사 제시방식, 취재원 수 및 사운드바이트 길이)과 내용적 도식(주제, 연성화 정도, 심층성 정도, 앵커의 의견 개입 정도)의 변화를 사용하였다. 방송사별 뉴스 도식의 차이가 전체 도식 변화에 미칠 영향을 통제하기 위해 3개 방송사의 유형을 KBS(0,0), MBC(0,1), SBS(1,0)과 같이 더미 변수화하여 투입한 뒤 개별 종속 변수에 대해 각각 구간별 회귀분석을 실시하였다.

이에 따라 분석에 사용된 최종 회귀모형은 아래와 같은 수식으로 나타낼 수 있으며, 통계적 유의수준은 5%로 설정하여 결과를 검증하였다.

---


$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 \times \text{time} + \beta_2 \times \text{intervention} + \beta_3 \times \text{time after intervention} \\ + \beta_4 \times \text{방송사A} + \beta_5 \times \text{방송사B} + e_t$$

Y: 지상파 뉴스 아이템 수, 아이템별 보도시간, 기사 제시방식, 취재원 수, 사운드바이트 길이, 지상파 뉴스 연성화 정도, 경성주제의 연성화 정도, 심층성 정도, 앵커의 의견 개입 정도

---

11) 구간별 회귀분석에는 개입 전후에 충분한 수의 전환점이 확보되어야 하며, 일반적으로 개입 전후 12개의 시점을 추천하고 있다(Wagner, et al., 2002).

time: 기본 추세(연속형)

intervention: 종편 출범 여부(0,1)

$e_t$ : 오차항

---

## 제 4 장 연구 결과

본 연구는 종편 출범 전과 후 각각 15일치씩, 3개 방송사를 대상으로 수집된 총 90일치의 데이터를 90개 시차의 시계열 데이터로 전환하여 개입시계열분석을 수행하였다. 분석에는 구간별 회귀모형을 사용하여 각 종속변수별로 종편 출범의 개입 효과를 추정하였다. 본 장의 제 2절에서 그 구체적인 결과를 제시하기에 앞서, 제 1절에서는 연도별로 변수의 기술통계 값을 비교하여 분석 기간 전체 데이터의 시간에 따른 분포와 특징을 개괄적으로 살펴보고자 한다.

### 제 1 절 기술 분석

#### 1. 지상과 뉴스의 형식적 도식 변화

본 논문의 연구가설을 검증하기에 앞서 수집한 데이터의 변수별 평균값을 연도별로 살펴보았다. 이를 통해 2008년부터 2014년 사이 지상과 뉴스의 도식이 시간에 따라 어떠한 변화를 보이고 있으며, 그 변화에 일정한 패턴이 발견되는지 확인하고자 한다. 선행연구들에서 나타난 지상과 뉴스의 형식적 도식은 1)1일 평균 32~35건 기사 아이템 2)80~90초의 아이템별 보도시간 3)앵커 멘트와 기자 리포트로 구성된 제시방식 4)평균 2.53~2.98명의 취재원 5)평균 8~9초의 사운드바이트 등이다. 본 연구의 분석 기간 중 수집된 형식적 도식 변수들의 연도별 평균값 변화는 <표 10>~<표 14>에 각각 제시하였다. 연속형 변수로 측정된 아이템 수, 아이템별 보도시간, 취재원 수, 사운드바이트 길이는 일원변량분석(one-way ANOVA)을 통해 평균값의 차이를 분석하였다. 범주형 변수로 측정된 기사 제시 방식의 경우, 문항 간 교차비교분석(카이제곱( $\chi^2$ ) 분석)을 통해 범주별 빈도의 변화를 확인하였다.

먼저, 1일 평균 아이템 수는 분석 기간 동안 평균값이 23.76~28.49개로 나타나 선행연구에서 나타났던 도식인 평균 32~35건에 비해 전반적으로 매일 다루는 기사의 양이 적어진 것을 알 수 있다(<표 10> 참고). 변량분석 결과, 아이템 수의

연도별 평균값 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다( $F=102.125$ ,  $df=5$ ,  $p<0.001$ ). 그 분포를 살펴보면 아이템 수는 2009년부터 2012년까지 점진적으로 줄어들다가 다시 2013년부터 늘어나는 경향을 나타내고 있다. 흥미로운 점은 Scheffe 검정을 통해 사후분석을 실시한 결과, 2014년과 2010년의 데이터가 동일한 집단으로 분류됐다는 점이다. 다시 말해, 아이템 수 평균은 종편 출범 전에 비해 이후 그 값이 줄어들었다가 오히려 최근 들어 다시 증가하는 경향이 나타났다. 연도 변화, 즉 시간의 흐름과 아이템 수 간 상관관계를 분석한 결과, 두 변인 간 상관관계는 어느 정도 존재하는 것으로 확인되었다( $\eta^2=0.18$ )<sup>12)</sup>. 이 결과는 시간의 변화가 아이템 수 변화에 일정 부분 영향을 주는 요인이라는 사실을 보여준다.

표 10. 연도별 아이템 수 평균

연도	사례수	평균	표준편차	F	df	p	$\eta^2$	차이집단
2008	411	27.54	1.926	102.125	5	.000	.180	2012<2013<2014,2010<2008<2009
2009	424	28.49	2.443					
2010	393	26.72	3.287					
2012	343	23.76	3.793					
2013	381	25.67	2.517					
2014	376	26.52	4.314					
집단내 오차	-	-	-	(9.726)	2322	-	-	-

주. 괄호 안의 수치는 오차제곱평균(MSE)을 나타냄.

12) 설명변수인  $\eta^2$ (에타 제곱)은 0에서 1사이의 값을 갖는다. 그 값이 0~0.1이면 변인 간의 상관관계가 거의 없다고 해석하며, 0.1~0.3은 변인 간 상관관계가 어느 정도 있다고 본다. 0.3~0.5은 변인 간 상관관계가 상당히 높은 것으로, 0.5~0.8은 상관관계가 매우 높은 것으로 간주한다. 0.8~1.0은 상관관계가 거의 완벽하다고 본다(최현철, 2013).

표 11. 연도별 아이템별 보도시간 평균

연도	사례수	평균	표준편차	F	df	p	$\eta^2$	차이집단
2008	409	94.22	35.088	3.491	5	.004	.008	-
2009	423	92.43	37.036					
2010	387	95.10	42.040					
2012	332	101.47	41.593					
2013	375	101.16	40.371					
2014	371	96.34	36.698					
집단내 오차	-	-	-	(1503.199)	2291	-	-	-

주. 괄호 안의 수치는 오차제곱평균(MSE)을 나타냄.

아이템별 보도시간과 아이템 수는 연계하여 변화하는 모습이 나타났다. 아이템별 보도시간은 <표 11>과 같이 평균 92.43~101.47초로 나타나 기존의 도식인 90초 이내에 비해 전반적으로 증가한 것을 알 수 있다. 이는 1일 보도되는 기사의 개수가 줄어들어 따라 자연스레 한 기사당 보도시간이 늘어난 것으로 판단된다. 연도별 보도시간의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났으나( $F=3.491$ ,  $df=5$ ,  $p<0.01$ ), 사후분석 결과 다른 집단과 유의미한 차이를 나타내는 연도가 분류되지 않았다. 이러한 결과는 연도 변화가 아이템 수 변화에 영향을 주는 요인이 아니라는 것을 보여주며, 연도 변화와 보도시간 간 상관관계 역시 거의 없는 것으로 나타났다( $\eta^2=0.008$ ).

세 번째 형식적 도식 변수인 기사 제시방식은 본 연구에서 중점적으로 보고자 하는 도식의 변화를 살펴보기 위해 도식(앵커+기자리포트)과, 종편 출범 이후에 주로 발견된 새로운 기사 유형(리포트 2개 이상이 잇따라 보도되거나, 앵커의 진행멘트 없이 기자가 직접 진행하는 경우들), 그리고 나머지 제시방식으로 나누어 각각의 범주별 빈도를 연도별로 비교하였다. 그 결과, <표 12>에서와 같이 연도별 기사 제시방식의 빈도는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2=42.689$ ,  $df=10$ ,  $p<0.001$ ). 그러나 구체적으로 살펴보면, 앵커와 기자리포트 형식으로 구성된 기존의 도식이 매년 80%를 넘는 것으로 나타나 기존의 도식은

여전히 지배적인 유형인 것으로 나타났다. 연도별로 차이가 보이는 부분은 새로운 유형이 여전히 비율은 3% 내외로 매우 낮지만 최근 들어 증가하고 있다는 점이다. 시간의 변화와 제시방식 간 상관관계를 분석한 결과, 상호 간 관계는 거의 없는 것으로 확인되었다( $\lambda=0.008$ )<sup>13)</sup>.

표 12. 연도별 기사 제시방식 빈도

제시방식	2008	2009	2010	2012	2013	2014	계
도식 <sup>a</sup>	338 (83.3%)	333 (80.0%)	333 (86.3%)	280 (84.8%)	323 (85.9%)	307 (83.2%)	1914 (83.8%)
새로운 유형 <sup>b</sup>	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (1.0%)	9 (2.7%)	12 (3.2%)	11 (3.0%)	36 (1.6%)
그 외 <sup>c</sup>	68 (16.7%)	83 (20.0%)	49 (12.7%)	41 (12.4%)	41 (10.9%)	51 (13.8%)	333 (14.6%)
계	406 (100%)	416 (100%)	386 (100%)	330 (100%)	376 (100%)	369 (100%)	2283 (100%)

$\chi^2=42.689$ ,  $df=10$ ,  $p<0.001$ ,  $\lambda=0.008$

<sup>a</sup>앵커+기자리포트 <sup>b</sup>앵커+기자리포트1+리포트2(3), 기자진행+리포트, 기자진행+리포트1+리포트2(3), 기자진행+단신 <sup>c</sup>앵커+기자생중계+보도화면, 앵커+기자스튜디오+보도화면, 앵커+단신, 기타

연도별 취재원 수는 <표 13>과 같이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다 ( $F=5.155$ ,  $df=5$ ,  $p<0.001$ ). 연도별 취재원 수 차이를 사후 검증한 결과, 2012년(평균 2.03명)/2013년(평균 2.04명)과 2008년(평균 1.63명)이 차이가 있는 것으로 나타났으며, 시기적으로 종편 출범 직후인 2012년과 2013년 들어 취재원을 더 많이 사용하고 있는 것으로 확인되었다. 이와 함께 분석 기간 전체에서 기존 선행연구에서 나타난 취재원 수 도식(기사 1건당 2.53~2.93명)보다 적은 수인 1.63~2.04명의 취재원을 인용하고 있는 것으로 나타나 2008년 이후 방송사들이 기사에 인용하는 취재원이 줄어든 경향을 확인할 수 있다. 같은 기간 보도시간이 도식에 비해 증가했는데도 불구하고 취재원 수가 줄어든 현상은 사운드바이트 길이 변화를 통해서도 설명할 수 있다. <표 14>에서 보듯, 사운드바이트 길이 역시

연도별 차이가 검증되었으며( $F=6.863$ ,  $df=5$ ,  $p<0.001$ ), 분석기간 평균 15.43~19.58초의 사운드바이트가 삽입된 것으로 나타나 기존의 도식(8~9초)에 비

13) 람다( $\lambda$ )가 0~0.1이면 변인 간 상관관계는 거의 없다고 해석할 수 있다. 0.1~0.3이면 상관관계가 어느 정도 존재하며, 0.3~0.5면 상관관계가 큰 것으로, 0.5 이상이면 상관관계가 매우 큰 것으로 판단한다(최현철, 2013).

표 13. 연도별 취재원 수 평균

연도	사례 수	평균	표준편차	F	df	p	$\eta^2$	차이집단
2008	404	1.63	1.316	5.155	5	.000	.011	2008<2012, 2013
2009	415	1.74	1.377					
2010	387	1.81	1.436					
2012	331	2.03	1.375					
2013	376	2.04	1.458					
2014	368	1.84	1.283					
집단내 오차				(1.892)	2275			

주. 괄호 안의 수치는 오차제곱평균(MSE)을 나타냄.

표 14. 연도별 사운드바이트 길이 평균

연도	사례 수	평균	표준편차	F	df	p	$\eta^2$	차이집단
2008	402	15.44	11.909	6.863	5	.000	.015	2012>2008, 2009, 2010
2009	415	16.23	12.712					
2010	382	15.43	11.979					
2012	330	19.58	12.658					
2013	374	18.25	11.919					
2014	345	17.15	10.603					
집단내 오차				(143.980)	2242			

주. 괄호 안의 수치는 오차제곱평균(MSE)을 나타냄.

해 2배 정도 증가한 것으로 나타났다. 이를 통해 방송사들이 기사 1건당 인용하는 취재원의 수는 줄어든 반면, 각 취재원이 언급하는 멘트의 길이는 오히려 기존보다 길게 사용하는 경향이 있음을 확인할 수 있다. 사후분석 결과, 사운드바이트 길이는 종편 출범 직후인 2012년과 그 이전인 2008~2010년이 차이가 있는

것으로 나타났다. 즉, 2012년(평균 19.58초)에 그 이전 3년(2008년 15.44초, 2009년 16.23초, 2010년 15.43초)보다 기사에 삽입된 사운드바이트 길이가 증가하였다. 연도 변화와 취재원 수( $\eta^2=0.011$ ) 및 사운드바이트 길이( $\eta^2=0.015$ ) 간 상관관계는 두 경우 모두 0.1에 가깝게 나타나 상관관계가 매우 낮은 것을 알 수 있다.

## 2. 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화

선행연구들에서 나타난 지상파 뉴스의 내용적 도식은 1)전체 기사의 약 46% 정도가 연성뉴스로 높은 연성화 정도 2)기사의 복합적 구성 측면에서 과정/결과 중심의 낮은 심층성 정도 3)앵커의 낮은 의견개입 비중 등으로 정리된다. 본 연구의 분석 기간 중 수집된 내용적 도식 변수들의 평균 비교 결과는 <표 15>~<표 18>에 제시하였다.

우선, 연성화 정도의 경우, <표 15>에서 보듯이, 2008년부터 2014년 전체 평균 54%로, 연성 뉴스의 비중이 도식보다 약간 높아진 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 도식과 같이 여전히 연성화 정도가 높은 것을 확인할 수 있으며, 오히려 연성화가 다소 심화되었을 가능성을 유추할 수 있다. 그러나 연도별 차이는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다( $\chi^2=6.959$ ,  $df=5$ ,  $p>0.05$ ).

표 15. 연도별 연성뉴스 빈도

연성여부	2008	2009	2010	2012	2013	2014	계
연성YES	210 (54.3%)	218 (55.1%)	219 (59.3%)	168 (50.9%)	192 (51.5%)	193 (52.6%)	1200 (54.0%)
연성NO	177 (45.7%)	178 (44.9%)	150 (40.7%)	162 (49.1%)	181 (48.5%)	174 (47.4%)	1022 (46.0%)
계	387 (100%)	396 (100%)	369 (100%)	330 (100%)	373 (100%)	367 (100%)	2222 (100%)

$\chi^2=6.959$ ,  $df=5$ ,  $p>0.05$ ,  $\lambda=0.001$

기사의 심층성은 심층성 범주별 데이터의 빈도와 시계열 분석을 위해 척도화한 심층성의 수치를 각각 문항 간 교차비교분석과 일원변량분석을 통해 살펴보았다. <표 16>에서 보듯이 연도별 빈도는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로

나타났다( $\chi^2=382.475$ ,  $df=20$ ,  $p<0.001$ ). 구체적으로, 선행연구에서 과정/결과 중심이라고 분석된 기존의 도식과 비교하였을 때, 2008년~2010년에는 오히려 과정/결과 범주의 빈도가 30% 내외로 측정되어 비중이 높지 않은 것으로 나타났다. 이 기간 가장 많이 사용된 유형은 과정/결과와 함께 반응 또는 대안을 함께 제시한 형태로 나타났다. 반면, 종편 출범 이후인 2012년~2014년에는 과정/결과 범주의 빈도가 50% 이상으로 가장 많은 유형으로 측정되어 최근 들어 기사의 심층성이 다시 기존의 도식 수준으로 돌아가고 있음을 확인할 수 있다.

표 16. 연도별 심층성 범주 빈도

심층성	2008	2009	2010	2012	2013	2014	계
과정/결과	100 (25.8%)	95 (24.0%)	103 (28.1%)	160 (50.6%)	195 (55.1%)	184 (52.3%)	837 (38.5%)
원인+과정/결과	8 (2.1%)	18 (4.5%)	7 (1.9%)	41 (13.0%)	60 (16.9%)	41 (11.6%)	175 (8.1%)
과정/결과+반응(대안)	181 (46.6%)	187 (47.2%)	174 (47.4%)	67 (21.2%)	31 (8.8%)	65 (18.5%)	705 (32.4%)
원인+과정/결과+반응(대안)	81 (20.9%)	75 (18.9%)	62 (16.9%)	37 (11.7%)	57 (16.1%)	44 (12.5%)	356 (16.4%)
원인+과정/결과+반응+대안	18 (4.6%)	21 (5.3%)	21 (5.7%)	11 (3.5%)	11 (3.1%)	18 (5.1%)	100 (4.6%)
계	388 (100%)	396 (100%)	367 (100%)	316 (100%)	354 (100%)	352 (100%)	2173 (100%)

$\chi^2=382.475$ ,  $df=20$ ,  $p<0.001$ ,  $\lambda=0.183$

이러한 경향은 심층성 측정 결과를 척도화하여 점수로 나타낸 값의 연도별 평균 비교에서도 일관되게 드러났다. <표 17>과 같이 연도별 심층성 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났으며( $F=39.066$ ,  $df=5$ ,  $p<0.001$ ), 사후 검증 결과, 종편 출범 이전과 이후의 심층성에 차이가 있는 것으로 확인되었다. 즉, 2008년(평균=2.77), 2009년(평균=2.77), 2010년(평균=2.70)의 심층성이 그 이후인 2012년(평균=2.04), 2013년(평균=1.95), 2014년(평균=2.07)에 비해 높은 것으로 나타났다. 그러나 연도의 변화와 심층성 간 상관관계를 분석한 결과, 둘의 상관관계는 거의 없는 것으로 나타나( $\eta^2=0.083$ ) 심층성의 변화가 단순한 시간의 변화에 따른 현상은 아니라는 것을 유추할 수 있다.

표 17. 연도별 심층성 평균

연도	사례수	평균	표준편차	F	df	p	$\eta^2$	차이집단
2008	388	2.77	1.181	39.066	5	.000	.083	2008, 2009 2010) 2014, 2012, 2013
2009	396	2.77	1.165					
2010	367	2.70	1.206					
2012	316	2.04	1.226					
2013	354	1.95	1.251					
2014	352	2.07	1.292					
집단내 오차				(1.486)	2167			

주. 괄호 안의 수치는 오차제곱평균(MSE)을 나타냄.

앵커의견개입 정도는 선행연구에서 나타난 기존의 도식과 같이 여전히 높지 않은 것으로 나타났다. 교차비교분석 결과, <표 18>과 같이 연도별로 앵커의 의견개입 정도는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2=37.167$ ,  $df=5$ ,  $p<0.001$ ). 구체적으로 살펴보면, 전체 기사 중 앵커의 멘트나 뉴스의 클로징 멘트에 앵커의 의견이 개입된 경우의 비중은 2008년(평균=15.3%)과 2009년(평균 14.5%)에 비해 2010년 20% 가까이 높아졌다가(평균=18.2%), 종편 출범 이후인 2012년부터 10% 미만으로 급격히 낮아진 것으로 나타났다. 이 역시 심층성과 마찬가지로 연도 변화와의 상관관계는 거의 없는 것으로 나타났다( $\lambda=0.005$ ).

표 18. 연도별 앵커의견개입 빈도

의견개입여부	2008	2009	2010	2012	2013	2014	계
개입YES	62 (15.3%)	60 (14.5%)	70 (18.2%)	27 (8.2%)	27 (7.2%)	31 (8.4%)	277 (12.2%)
개입NO	343 (84.7%)	355 (85.5%)	314 (81.8%)	303 (91.8%)	346 (92.8%)	337 (91.6%)	1998 (87.8%)
계	405 (100%)	415 (100%)	384 (100%)	330 (100%)	373 (100%)	368 (100%)	2275 (100%)

$\chi^2=37.167$ ,  $df=5$ ,  $p<0.001$ ,  $\lambda=.005$

### 3. 소결

지금까지 지상과 방송 뉴스의 형식적, 내용적 도식 변수별로 연도에 따라 데이터의 평균값에 차이가 있는지, 기존의 도식과는 어떠한 차이가 있는지에 대한 기술 분석 결과를 제시하였다. 그 결과를 요약하면, 2008년 이후 지상과 방송 뉴스는 2008년 이후 지상과 방송 뉴스는 형식적 도식 측면에서는 대체로 기존의 도식을 탈피하고 있는 반면, 내용 변수의 경우, 일부에서만 도식 변화가 확인되었다.

먼저, 형식적 측면에서 지상과 방송사들은 기존의 도식 위주의 관행을 벗어나 보도의 형태를 다변화하고 있다는 것을 발견하였다. 그 특징을 정리하면, 2008년 이후 지상과 저녁종합뉴스의 1일 평균 아이템 수는 기존의 도식보다 줄어들었고, 그만큼 아이템 1건당 보도시간은 증가하였다. 연도별 차이를 비교한 결과, 종편 출범 직후 아이템 수는 감소하는 추세를 보이다 오히려 최근 들어 다시 그 이전의 경향으로 돌아가는 패턴이 나타났다. 기사 1건당 인용된 취재원 수는 기존의 도식보다 전반적으로 감소한 것으로 나타난 반면, 사운드바이트 길이는 2배 정도 늘어난 것으로 확인되었다. 연도별 변화를 살펴본 결과, 시기적으로 종편 출범 직후와 그 이전의 보도 패턴이 구분되는 경향이 나타났다. 즉, 공통적으로 종편 출범 직후인 2012년과 2013년, 그 이전에 비해 취재원을 많이 인용하면서 이에 따라 사운드바이트 역시 증가한 경향이 발견되었다. 위와 같은 결과들은 지상과 방송사들이 형식적 도식을 탈피하고 다양한 형식을 적용하려는 시도를 하고 있다는 사실을 보여준다.

다만, 기사 제시방식의 경우, 여전히 기존의 도식을 유지하고 있는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 희망적인 발견은 기존의 범주에 없던 새로운 기사 제시 방식 유형들이 등장했다는 것이다. 발견한 새로운 유형에는 앵커의 도입을 줄이고 기자가 직접 리포트를 소개하는 형태, 리포트 하나만 보도하던 관행에서 벗어나 2개~3개를 잇달아 보도하는 형태 등이 있다. 이러한 유형의 기사는 아직 그 비율이 3% 수준으로 미미하지만, 방송사들이 뉴스의 구성에 있어 변화를 시도하고 있음을 보여준다.

내용적 측면에서는 심층성에서만 도식 변화가 뚜렷하게 발견되었다. 특히, 종편 출범 전과 후의 심층성 변화가 분명하게 나타났다. 종편 출범 이전인 2008년~2010년에는 과정/결과로 구성된 도식 유형의 비중이 30% 미만으로 낮게 나

타나 기존 관행보다 심층성이 높아지는 추세를 보였던 반면, 오히려 종편 이후인 2012년부터 다시 과정보다 유형이 지배적인 유형으로 나타나 기존의 도식으로 회귀하는 모습이 확인되었다. 심층성을 척도화하여 그 값을 비교한 결과에서도 종편 출범 전의 심층성이 그 이후보다 높게 나타났다.

연성화 정도의 경우, 기존의 도식보다 연성 뉴스 비중이 소량 높아진 것으로 나타나 도식에서 큰 변화가 포착되지는 않았으며, 연도별 차이 역시 통계적으로 유의미하지 않았다. 앵커의 의견개입 정도는 여전히 낮은 것으로 나타났으며, 종편 출범 이후에 그 이전보다 더 감소하고 있는 경향이 발견되었다.

연도의 변화, 즉 시간의 변화와 변수 간 상관관계를 분석한 결과, 아이템 수를 제외하고는 모든 경우에서 그 관계가 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 이는 시간의 변화가 각 종속변수의 변화에 영향을 주는 요인이 아니라는 사실을 의미한다. 즉, 각 종속변수의 변화가 단순히 시간의 흐름에 따른 추세를 반영한 결과는 아니라는 것이다. 이와 함께, 이러한 기술 분석 결과를 통해 종편 출범 전후의 추세 변화를 기술적으로 확인할 수는 있어도, 그 변화를 종편 출범에 따른 것이라고 해석할 수는 없다. 다시 말해, 이 결과를 통해 2008년 이후 한국 지상파 방송 뉴스의 보도관행을 점검할 수는 있겠으나, 본 논문에서 살펴보고자 하는 경쟁 증가 이후의 보도관행 변화로 해석하기 위해서는 제 2절에서 살펴볼 개입시계열 분석 결과와 함께 종합적으로 판단할 필요가 있다.

## 제 2 절 개입시계열분석 결과

### 1. 시계열 자료의 정상성 검정

시계열 자료를 이용하여 구간별 회귀모형을 추정하고자 하기 위해서는 우선, 시계열 자료들이 정상성 또는 정태성(stationarity) 가정을 만족해야 한다(송근원, 2005). 시간의 순서에 따라 배열되어 있는 시계열 자료의 경우, 시간의 흐름에 관계없이 자료가 일정한 균형 수준을 유지하고 있어야 통계적 추정 및 검증이 가능하다. 만약, 자료의 추세나 동향이 균형을 유지하지 않는다면, 자료는 시간의 흐름에 따라 계속적으로 변화할 수밖에 없기에 기본적으로 예측이나 분석이 불가능하다. 따라서 시계열 모형의 확률적 성질이 시간에 따라 변하지 않는다고 가정하는 것이 정상성 가정이다. 데이터의 정상성은 자동상관회귀함수(ACF: Auto-Correlation Fuction) 검정 결과 산출된 Ljung-Box Q 통계량과 그래프의 분포를 통해 확인할 수 있다. 즉, t시차의 Ljung-Box Q 통계량을 검토하여 그 값이 유의수준 0.05보다 클 때 자료가 정상성 가정을 만족하고 있다고 할 수 있으며, 이는 시계열 자료의 평균, 분산 등 확률적 특징이 변하지 않고 일정하다는 의미이다(서인석 등, 2013). 이와 함께 ACF 그래프 상에서 데이터의 분포가 신뢰한계의 상한선과 하한선을 벗어나지 않아야 한다.

본 연구에서 사용한 종속변수별로 정상성 검증을 수행한 결과, <표 19>에서 보듯이 연성화 정도를 제외한 모든 변수에서 시계열 자료의 정상성이 확보된 것으로 나타났으며, ACF 그래프에서도 마찬가지로 결과를 보였다. 원 데이터의 정상성에 문제가 있는 연성화 정도의 경우, 차분(differencing)을 1회 실시하여 데이터의 균형성을 확보한 뒤, 이를 통해 추출된 수정변수를 토대로 회귀모형을 추정하였다.

표 19. 시계열 자료의 Ljung-Box Q 통계량

변수	Ljung-Box Q		
	통계량	df	p
아이템수	11.269	17	.842
아이템별 보도시간	19.850	17	.282
기사제시방식	20.454	18	.308
취재원수	11.257	17	.843
사운드바이트길이	10.198	17	.895
연성화정도	28.464	17	.040
경성주제 연성화정도	13.939	18	.733
심층성	15.701	17	.545
앵커의견개입 정도	17.356	16	.363

## 2. [연구문제 1] 종편 출범과 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화

[연구문제 1]은 “종편 출범은 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 영향을 미쳤는가?”로서 종편 출범 이후 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화가 나타났는지, 그 변화의 추세와 종편 출범의 영향력을 살펴보는 것이 목적이다. 세부적인 연구문제는 다음과 같이 제시한 바 있다.

- 
- [1-1] 종편 출범은 지상파 뉴스의 아이템 수 변화에 영향을 미쳤는가?
  - [1-2] 종편 출범은 지상파 뉴스의 아이템별 보도시간 변화에 영향을 미쳤는가?
  - [1-3] 종편 출범은 지상파 뉴스의 기사 제시방식 변화에 영향을 미쳤는가?
  - [1-4] 종편 출범은 지상파 뉴스에 인용된 취재원 수 변화에 영향을 미쳤는가?
  - [1-5] 종편 출범은 지상파 뉴스에 삽입된 사운드바이트 길이 변화에 영향을 미쳤는가?
-

위와 같은 [연구문제 1]에서 설정한 가설에 대한 검증 결과를 먼저 제시하면, 종편 출범 이후 지상과 뉴스의 기사 제시방식이 다양해졌을 것이라는 〈가설 1-3〉을 제외하고는 모든 경우에 지지되었다. 즉, 위의 연구문제 항목 중 [1-1] 아이TEM 수 변화, [1-2] 아이TEM별 보도시간 변화, [1-4] 취재원 수 변화, [1-5] 사운드바이트 길이 변화 측면에서 예상한 〈가설 1-1〉, 〈가설 1-2〉, 〈가설 1-4〉, 〈가설 1-5〉가 지지되었다. 그러나 〈가설 1-3〉은 종편 출범의 효과가 검증되지 않았다.

위의 연구문제들에 대하여 각각 구간별 회귀분석을 실시하여 종편 출범의 개입 효과가 통계적으로 유의미한지 살펴본 뒤, 변수별 시계열 변화 그래프를 통해 종편 출범 전과 후의 추세 변화를 확인하였다. 분석 기간 중 종편 출범이 각각의 형식적 도식 변수에 미친 영향을 살펴보기 위하여 시계열 자료의 종편 출범 전과 후의 시차변수(VT1, VT2) 및 종편 출범 여부(0, 1), 그리고 통제변수로 방송사 변수를 투입하여 구간별 회귀분석을 실시하였다. 더빈-왓슨(Durbin-Watson) 검정 결과, 모든 모형에서 검정값이 기준치인 2에 근접하게 나타나 독립변수 간 다중공선성 문제는 발생하지 않은 것으로 확인되었다.

## 1) [연구문제 1-1] 아이TEM 수 변화

〈표 20〉에서 보듯이 종편 출범은 지상과 저녁종합뉴스의 1일 평균 아이TEM 수에 부적인 영향을 주고 있는 것으로 나타났다( $\beta = -0.686$ ,  $p < 0.001$ ). 즉, 종편 출범이 지상과 뉴스 아이TEM 수 감소에 영향을 준 것으로 분석되었다. 이 구간별 회귀분석 모형의 적합도는 통계적으로 유의미한 결과( $F = 9.396$ ,  $p < .001$ )를 보였고, 설명력(수정  $R^2 = 0.321$ )도 높은 편<sup>14)</sup>이어서 종편 출범이 지상과 뉴스 아이TEM 수 변화에 영향을 준 변수임을 확인할 수 있다. 이에 따라 종편 출범 이후 지상과 뉴스의 아이TEM 수가 감소했을 것이라는 〈가설 1-1〉은 검증되었다.

14) 일반적으로 사회과학에서는 회귀모형의 결정계수 값이 30% 이상이면 설명력이 높은 모형으로 간주된다(이일현, 2014). 코헨(Cohen, 1988)은 더 구체적으로 설명력의 종류를 ‘작은 크기(2%)’, ‘중간 크기(13%)’, ‘큰 크기(35%)’로 나누어 대체로 사회과학 연구에서는 중간크기인 13%만 넘으면 어느 정도의 효과가 있다고 보았다.

표 20. 지상파 뉴스 아이템 수 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
아이템수	(상수)	29.117	1.159		25.114***
	VT1 <sup>a</sup>	-.062	.060	-.143	-1.033
	VT2 <sup>b</sup>	.132	.060	.304	2.195*
	종편 출범	-5.746	1.467	-.686	-3.917***
	KBS	.800	.897	.090	.892
	SBS	-3.500	.897	-.394	-3.902***
F	9.396***				
R <sup>2</sup>	.359				
수정 R <sup>2</sup>	.321				

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

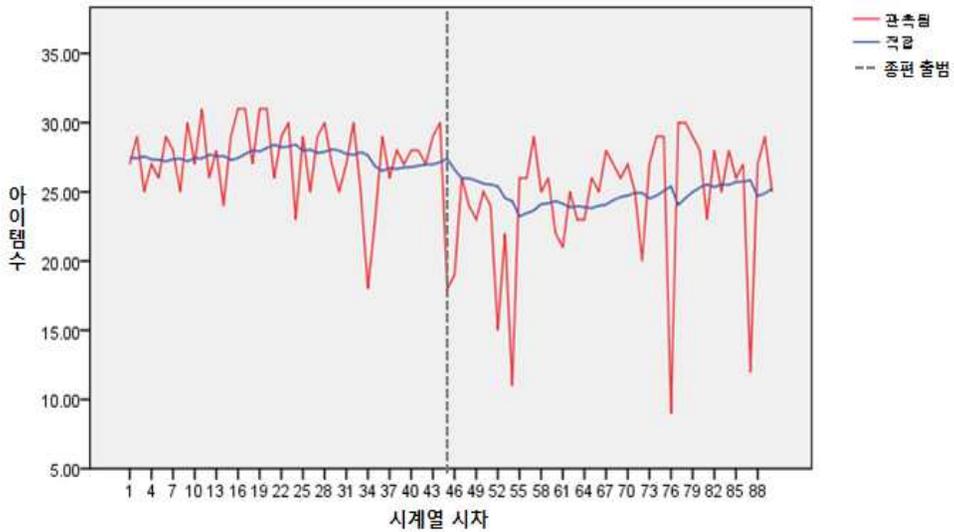


그림 3. 아이템 수의 시계열적 변화 양상<sup>15)</sup>

15) 수집된 데이터를 시계열분석에 필요한 데이터로 치환한 결과, 개입(종편 출범) 전과 후 각각 45개씩 총 90개의 시차가 발생하였다. 시계열 변화 그래프의 y축은 각 시차를 의미하며, 45시차와 46시차 사이가 개입이 일어난 시점이다. 빨간색(관측값)으로 표시된 그래프는 각 시차에 관측된 데이터를 연결한 것이며, 파란색(적합)으로 표시된 그래프는 구간별 회귀분석 결과 나타난, 통계적으로 유의미한 추세선을 의미한다. 개입 전후 이 추세선의 패턴 비교를 통해 개입 전

위와 같은 회귀모형에 따라 산출된 지상과 뉴스 1일 평균 보도 아이템 수의 변화 양상은 <그림 3>과 같이 나타났다. 종편 출범 전후의 추세선의 패턴을 살펴보면, 종편 출범(점선)을 기점으로 그 이후에 1일 평균 보도 아이템 수가 전반적으로 감소한 추세를 확인할 수 있다. 또한 분석 기간 내내 아이템 수는 30개 미만 수준을 유지하여 기존의 도식인 32~35개보다 적게 보도하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 아이템 수는 이미 2008년부터 기존의 도식보다 줄어들기 시작하였으며, 이러한 변화는 종편 출범 이후 더욱 강화된 것으로 판단된다.

표 21. 지상과 뉴스 아이템별 보도시간 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
아이템별 보도시간	(상수)	90.885	2.430		37.397***
	VT1 <sup>a</sup>	.038	.126	.047	.303
	VT2 <sup>b</sup>	-.195	.126	-.244	-1.556
	종편 출범	7.460	3.075	.481	2.426*
	KBS	5.271	1.880	.320	2.804**
	SBS	.877	1.880	.053	.467
F		3.638**			
R <sup>2</sup>		.178			
수정 R <sup>2</sup>		.129			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

## 2) [연구문제 1-2] 아이템별 보도시간 변화

종편 출범과 지상과 뉴스 아이템별 보도시간 변화에 대한 구간별 회귀분석 결과, <표 21>과 같이 종편 출범과 아이템별 보도시간 간 양적 상관관계( $\beta=0.481$ ,  $p<0.05$ )가 드러났다. 이는 종편 출범 이후 지상과 뉴스의 아이템별 보도시간이 증가했다는 것을 의미한다. 동일한 편성시간 하에 뉴스의 전체 아이템 수가 줄어들다보니 자연스럽게 아이템 한 건당 배치되는 보도시간이 늘어난 것이다. 회귀모

후 y축(종속변수)의 변화를 비교할 수 있다.

형의 적합도는 통계적으로 유의미한 결과( $F=3.638$ ,  $p<0.01$ )를 보였고, 설명력(수정  $R^2=0.129$ )도 코헨(Cohen, 1988)이 제시한 기준에 근접해 종편 출범이 아이템별 보도시간 증가에 영향을 준 변수임을 확인할 수 있다. 이로써 종편 출범 이후 지상파 뉴스의 아이템별 보도시간이 증가했을 것이라고 예측한 <가설 1-2>는 지지되었다.

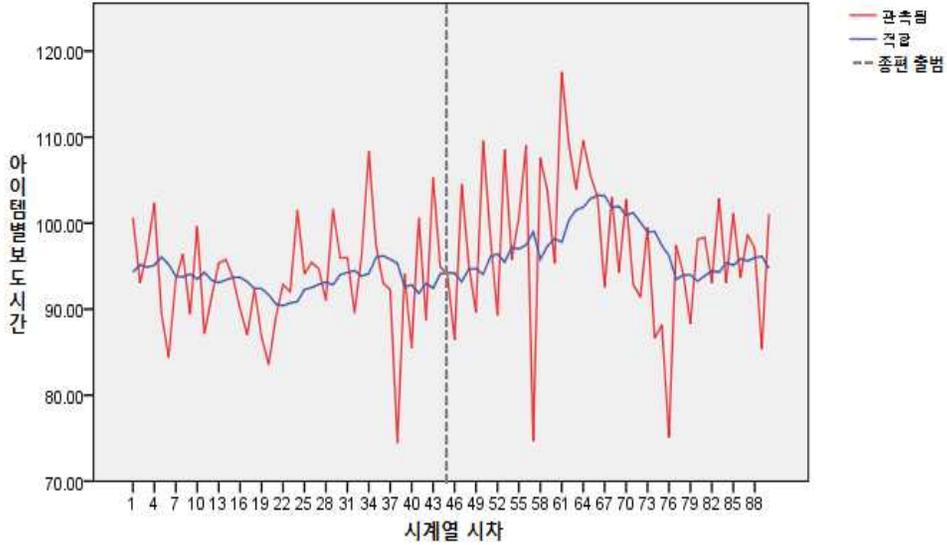


그림 4. 아이템별 보도시간의 시계열적 변화 양상

구간별 회귀모형에 따라 지상파 뉴스 1일 평균 보도 아이템 수 도식의 변화 양상을 살펴보면(그림 4), 종편 출범의 개입 효과가 나타난 것을 가시적으로 확인할 수 있다. 추세선의 패턴을 살펴보면, 종편 출범 이후 한동안 보도시간의 길이가 늘어나는 추세에 있음을 확인할 수 있다. 이 기간 보도시간은 도식(평균 80~90초)을 벗어난 100초 내외의 범위를 유지하고 있다. 그런데 흥미로운 점은 보도시간 시계열이 67시차(2013년 7월 9일) 즈음 정점을 찍었다가 그 이후부터 다시 감소하는 추세를 보이고 있다는 점이다. 결과적으로 추세선 상에서는 분석 기간 두 차례의 추세 변화가 발견되었다. 두 번째 변화의 시작 시차인 67~69시차는 보도 날짜로 변환하면 2013년 7월 9일로, 당일 지상파 뉴스 아이템은 3사 모두 아시아나 항공 여객기의 미국 샌프란시스코 공항 추락 사고, 폭염 소식 외 보도형식에 영향을 줄 만한 특별한 아이템은 없었다. 이후 날짜인 70~72시차, 다

시 말해 2013년 9월 18일은 추석 전날로, 귀성행렬 소식, 9세 어린이 승용차 도주 사건, 독도 인근서 어선 화재 사건, 시베리아 호랑이 계룡지도 완성 등이 보도되어 이날 역시 보도시간에 영향을 주었을 아이템을 찾기는 어려웠다. 이에 따라 67시차 즈음 뉴스 내용 외 다른 외부적 요인이 보도시간 변화에 영향을 주었을 가능성을 예측하게 한다.

### 3) [연구문제 1-3] 기사 제시방식 변화

다른 형식적 도식 변수들과 달리 기사 제시방식은 구간별 회귀분석 결과, <표 22>와 같이 종편 출범의 영향을 받지 않은 것으로 나타났다. 회귀모형의 적합도 역시 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타나( $F=2.049$ ,  $p>0.05$ ) 기사 제시방식 변화에는 종편의 개입 효과가 드러나지 않았다. 따라서 <가설 1-3>은 검증되지 않았다.

이러한 경향성은 분석 기간 시계열 자료의 추세변화를 나타낸 <그림 5>를 통해서도 확인할 수 있다. y축의 숫자는 기사 제시방식의 도식 비중을 나타낸다. 예컨대, 0.8은 80%의 기사가 도식 유형인 '앵커+기자 리포트'의 구성을 따르고 있다는 것을 의미한다. 추세선을 살펴보면, 기사 제시방식은 중간에 급격히 하강한 일부 시차를 제외하고는 종편 출범 여부에 관계없이 즉 일정한 비율로 도식 비중 80% 이상을 유지하고 있는 것을 확인할 수 있다.

표 22. 지상과 뉴스 기사 제시방식 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
기사 제시방식	(상수)	.777	.023		34.495***
	VT1 <sup>a</sup>	.001	.001	.119	.727
	VT2 <sup>b</sup>	.000	.001	-.035	-.215
	종편 출범	.023	.029	.170	.822
	KBS	.039	.017	.269	2.264*
	SBS	.051	.017	.348	2.928**
F		2.049			
R <sup>2</sup>		.109			
수정 R <sup>2</sup>		.056			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

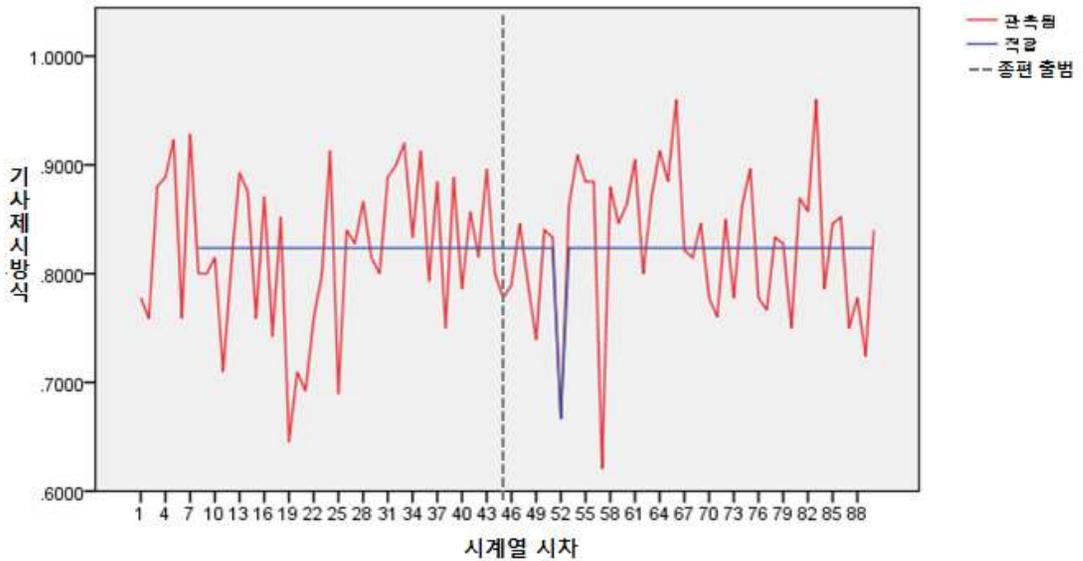


그림 5. 기사 제시방식의 시계열적 변화 양상

#### 4) [연구문제 1-4] 취재원 수 변화

〈표 23〉에서 보듯이 종편 출범은 지상파 뉴스의 취재원 수에 정적인 영향을 준 것으로 나타났다( $\beta=0.694$ ,  $p<0.001$ ). 즉, 종편 출범 이후 지상파 뉴스 기사에 인용된 취재원 수는 증가한 것으로 판단할 수 있다. 이 회귀모형의 적합도도 통계적으로 유의미한 결과( $F=6.789$ ,  $p<0.001$ )를 나타냈다. 모형의 설명력(수정된  $R^2=0.288$ )도 높아 종편 출범이 지상파 뉴스의 취재원 수 증가에 개입한 효과(〈가설 1-4〉)가 입증되었다.

표 23. 지상파 뉴스 취재원 수 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	표준오차	$\beta$	t
취재원수	(상수)	1.458	.100		14.622***
	VT1 <sup>a</sup>	.013	.005	.361	2.473*
	VT2 <sup>b</sup>	-.004	.005	-.127	-.871
	종편 출범	.475	.126	.694	3.765***
	KBS	.222	.077	.306	2.874**
	SBS	-.066	.077	-.091	-.854
F		6.789***			
R <sup>2</sup>		.288			
수정 R <sup>2</sup>		.245			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

이 회귀모형에 따라 시계열 자료의 변화 양상을 나타낸 그래프는 〈그림 6〉과 같다. 종편 전후로 추세선의 높이를 비교해보면, 종편 출범 이후 취재원 수가 그 이전에 비해 증가한 것을 확인할 수 있다. 이와 함께 이 그래프에서 역시 보도시간의 변화 양상 그래프(〈그림 4〉)와 마찬가지로, 67시차 이후 또 다른 형태의 추세를 보이기 시작하는 것을 발견할 수 있다.

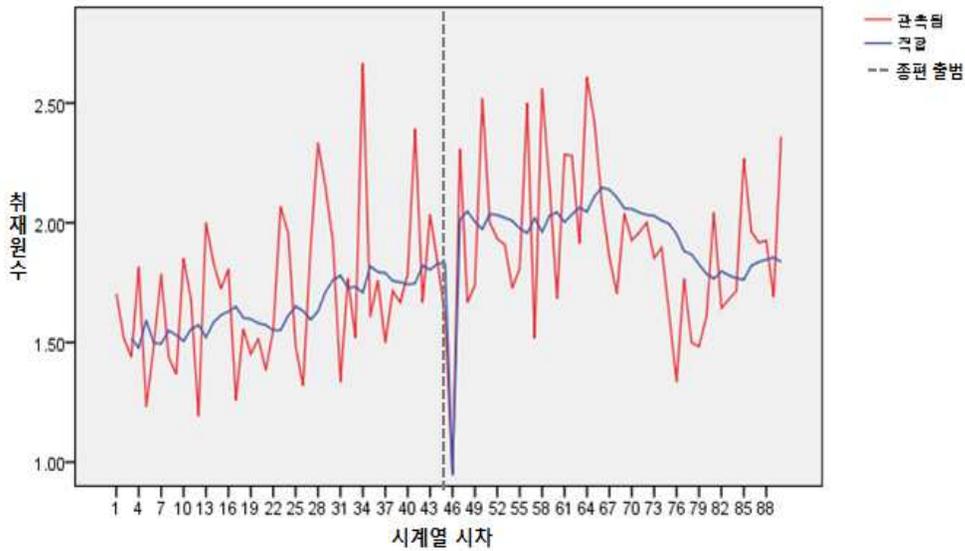


그림 6. 취재원 수의 시계열적 변화 양상

### 5) [연구문제 1-5] 사운드바이트 길이 변화

종편 출범에 따른 사운드바이트 길이 변화에 대한 구간별 회귀분석을 실시한 결과, 종편 출범이 사운드바이트 길이 증가에 통계적으로 유의미한 영향( $\beta = 0.744$ ,  $p < 0.001$ )을 미치고 있는 것으로 나타났다(〈표 24〉). 즉, 종편이 출범한 이후 지상과 뉴스 기사에 인용된 사운드바이트 길이는 그 전과 비교해 증가했다는 것을 의미한다. 도출된 모형은 통계적으로 적합한 것으로( $F = 6.301$ ,  $p < 0.001$ ) 나타났으며, 설명력(수정된  $R^2 = 0.229$ )도 높은 편이어서 종편 출범의 지상과 뉴스 사운드바이트 길이 변화에 대한 효과(〈가설 1-5〉)가 입증되었다. 이 회귀모형에 따른 시계열 자료의 변화 양상은 〈그림 7〉에 제시하였다. 추세선 변화를 살펴보면, 종편 출범 이후 그 이전에 비해 사운드바이트 길이가 증가하는 추세를 보이고 있다. 이는 구간별 회귀모형에서 입증된 종편 출범의 효과를 입증하는 결과이다. 그런데 사운드바이트 길이 변화 역시 취재원 수, 아이템별 보도시간의 경우들과 마찬가지로 67시차를 기점으로 다시 감소하는 추세를 나타내고 있다. 이러한 사실은 67시차를 전후로 지상과 뉴스의 형식에 영향을 미친 중요한 가외변수가 존재할 가능성을 시사한다.

표 24. 지상과 뉴스 사운드바이트 길이 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
사운드바이트길이	(상수)	14.100	.886		15.908
	VT1 <sup>a</sup>	.031	.046	.098	.666
	VT2 <sup>b</sup>	-.129	.046	-.414	-2.807**
	종편 출범	4.477	1.122	.744	3.992***
	KBS	1.998	.686	.313	2.914**
	MBC	.484	.686	.076	.706
F		6.301***			
R <sup>2</sup>		.273			
수정 R <sup>2</sup>		.229			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

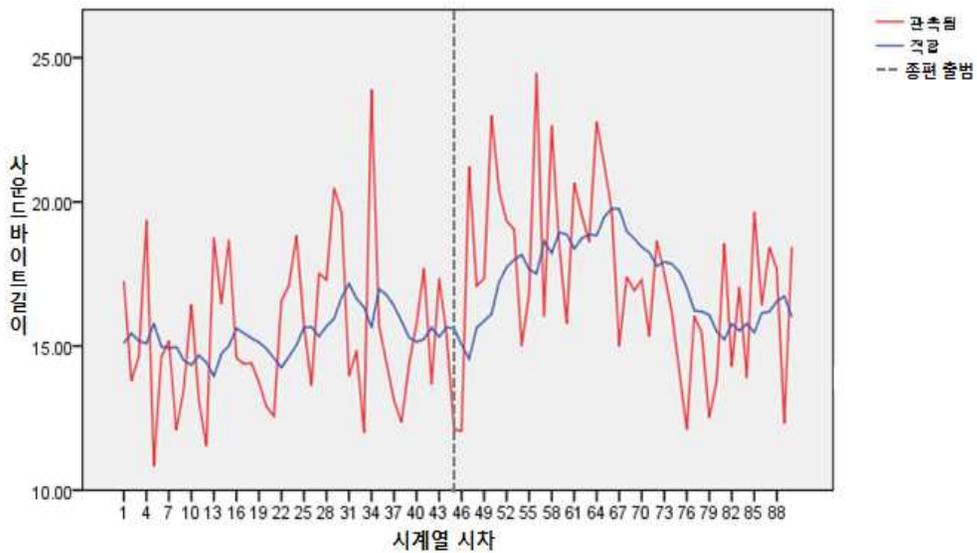


그림 7. 사운드바이트 길이의 시계열적 변화 양상

## 6) 소결: 종편 출범이 지상파 뉴스 형식적 도식 변화에 미친 영향

[연구문제 1]의 검증가설을 분석한 결과, 종편 출범은 지상파 뉴스의 아이템 수, 아이템별 보도시간, 취재원 수, 사운드바이트 길이에 영향을 미친 반면, 기사 제시방식에는 영향을 미치지 않은 것으로 분석되었다.

분석 결과를 종합하여 종편 출범이 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 미친 유의미한 효과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 종편 출범에 따라 지상파 뉴스의 아이템 수는 감소했으며, 둘째, 이에 따라 아이템별 보도시간은 증가한 것으로 나타났다. 셋째, 취재원 수는 종편의 출범 이후 증가한 것으로 확인되었으며, 사운드바이트 길이 역시 증가하였다.

그렇다면 종편 출범 이후 도식의 분포에 실제 가시적인 변화가 나타났는지와 관련하여 시계열 변화 그래프를 통해 살펴본 결과, 아이템 수는, 종편 출범 이전인 2008년부터 선행연구에서 밝혀진 기존의 도식인 32~35개를 벗어나 30개 이하로 줄어든 것으로 나타났으며, 종편 출범 이후에 더 줄어들어 25개 내외를 유지하고 있는 것으로 확인되었다. 아이템별 보도시간은 종편 출범 이전에는 기존의 도식인 90초 내외를 유지하다, 종편 출범 이후 증가하는 추세를 보였다. 취재원 수는 종편 출범 이후 증가하는 추세를 나타냈으나, 종편 전후의 종합적인 추세를 살펴보았을 때 2008년 이후 평균적으로 취재원 수가 기존의 도식인 2.53~2.93명에 못 미친 2.5명 내외를 유지하고 있다는 것을 확인할 수 있다. 이는 지상파 뉴스에 인용된 취재원 수는 기존의 도식에서 감소하기 시작하다 종편 출범 이후 오히려 다시 증가하는 추세로 변화했다는 것을 시사한다. 사운드바이트 길이는 종편 출범 이후 도식인 8~9초를 훨씬 능가하고 있는 것으로 나타났다.

이들과 달리 지상파 뉴스의 기사 제시방식은 분석 기간 내내 전반적으로 기존의 연구에서 나타난 전형적인 도식, 즉, 앵커의 도입 멘트와 기자 리포트로 구성된 유형을 전체 기사의 80% 수준으로 일관되게 유지하고 있는 것으로 나타났다.

이와 함께 본 연구문제의 가설과는 별도로, 분석 결과 2013년 7~9월 이후 종편 출범 외의 다른 요인이 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 영향을 미쳤을 가능성이 확인되었다. 아이템별 보도시간, 취재원 수, 사운드바이트 길이에서 그 무렵 공통적으로 변화의 추세가 발견되었다.

### 3. [연구문제 2] 종편 출범과 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화

본 논문의 [연구문제 2]는 “종편 출범은 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화에 영향을 미쳤는가?”였다. 이를 검증하기 위하여 내용적 도식 변수를 세 가지로 구성하였고, 이에 따라 세부 연구문제를 다음과 같이 제시하였다.

---

[2-1] 종편 출범은 지상파 뉴스의 연성화 정도 변화에 영향을 미쳤는가?

[2-2] 종편 출범은 지상파 뉴스의 심층성 변화에 영향을 미쳤는가?

[2-3] 종편 출범은 지상파 뉴스의 앵커 의견개입 정도 변화에 영향을 미쳤는가?

---

위의 연구문제들에 대하여 각각 구간별 회귀분석을 실시하여 종편 출범의 개입 효과가 통계적으로 유의미한지 살펴본 뒤, 변수별 시계열 변화 그래프를 통해 종편 출범 전과 후의 추세 변화를 확인하였다. 더빈-왓슨 검정 결과, 모든 모형에서 검정값이 기준치인 2에 근접하게 나타나 독립변수 간 다중공선성 문제는 없는 것으로 확인되었다. 분석 결과를 종합하면, 종편 출범에 따라 지상파 뉴스의 심층성이 감소했을 것이라고 예측한 <가설 2-2>은 지지되었다. 그러나 종편 출범이 지상파 뉴스의 연성화 정도 감소에 영향을 주었을 것이라고 본 <가설 2-1>, 앵커의 의견개입 정도 증가에 영향을 주었을 것이라고 예상한 <가설 2-3>은 입증되지 않았다.

#### 1) [연구문제 2-1] 연성화 정도 변화

지상파 뉴스의 연성화 정도에 대한 종편 출범의 효과를 분석한 구간별 회귀모형은 <표 25>와 같다. 도출된 모형은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났고 ( $F=2.049$ ,  $p>0.05$ ), 종편 출범이 지상파 뉴스의 연성화 정도에 미친 효과 역시 유의미하지 않았다 ( $\beta=0.014$ ,  $p>0.05$ ). 연성화 정도의 추세 변화를 나타낸 <그림 8>를 살펴보면, 연성화 정도는 종편 출범 전과 후의 추세가 변화 없이 기존의 도식인 40~60% 범위 내에서 오르락내리락 하며 유지되고 있는 것을 확인할 수 있다. 이러한 결과들을 통해 종편 출범은 지상파 뉴스의 연성화 정도에 영향을 주

지 않은 것으로 나타났으며, 이로써 <연구가설 2-1>은 지지되지 않았다.

표 25. 지상과 뉴스 연성화 정도 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
연성화 정도	(상수)	.467	.046		10.264***
	VT1 <sup>a</sup>	.001	.002	.102	.605
	VT2 <sup>b</sup>	.000	.002	-.013	-.077
	종편 출범	.004	.058	.014	.064
	KBS	.052	.035	.184	1.486
	MBC	.043	.035	.152	1.228
F		2.049			
R <sup>2</sup>		.039			
수정 R <sup>2</sup>		-.018			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

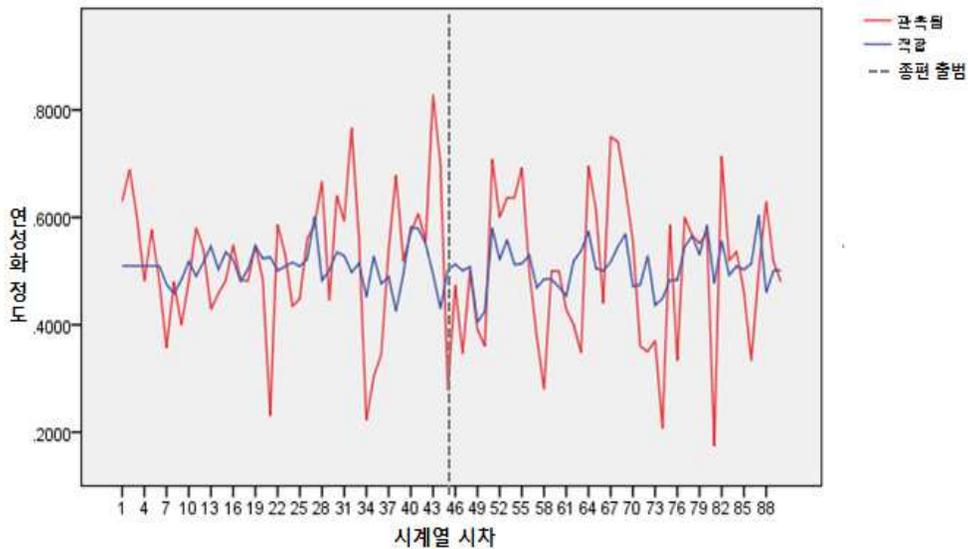


그림 8. 연성화 정도의 시계열적 변화 양상

이와 함께 최근 들어 전형적인 경성 주제 뉴스 아이템의 연성화가 강화되고 있

다는 선행 연구(한진만·설진아, 2001)의 분석에 따라 본 연구에서는 추가적으로 경성 뉴스 주제의 연성화 정도 변화를 살펴보았다. 분석 결과, <표 26>에서 보듯이 종편 출범은 경성 주제의 연성화 정도에 영향을 주지 않은 것으로 나타났다.

표 26. 지상파 경성 주제 뉴스의 연성화 정도 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
경성주제 연성화정도	(상수)	.097	.033		2.958**
	VT1 <sup>a</sup>	.001	.002	.111	.969
	VT2 <sup>b</sup>	.002	.002	.208	1.301
	종편 출범	.026	.041	.125	.619
	KBS	-.016	.025	-.075	-.642
	MBC	.052	.025	.241	2.063*
F		2.819*			
R <sup>2</sup>		.144			
수정 R <sup>2</sup>		.093			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

<그림 9>에 제시한 경성 주제 뉴스의 연성화 정도 추세를 살펴보면, 경성 주제의 연성화 정도는 우려와 달리 종편 출범 전과 후의 추세 변화가 없이 전체 경성 주제 기사의 15% 수준에서 대체로 일정하게 유지되어 온 것을 확인할 수 있다.

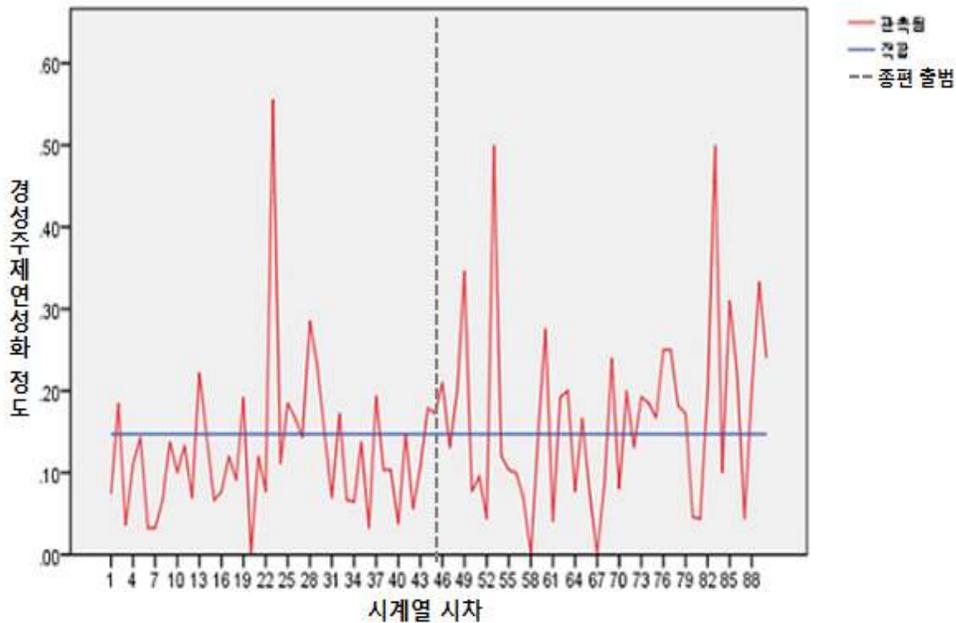


그림 9. 경성 주제 연성화 정도의 시계열적 변화 양상

## 2) [연구문제 2-2] 심층성 변화

종편 출범 여부와 관계가 없는 것으로 나타난 연성화 정도와는 달리, <표 27>에서 보듯이 종편 출범이 지상파 뉴스의 심층성에는 부적의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다( $\beta = -0.824, p < 0.001$ ). 즉, 종편 출범 이후 지상파 뉴스의 심층성은 감소하고 있다는 것이다. 도출된 구간별 회귀모형의 적합도는 통계적으로 유의미한 결과( $F = 13.682, p < 0.001$ )를 보였고, 설명력(수정된  $R^2 = 0.416$ )도 매우 높은 편이어서 종편 출범 여부가 지상파 뉴스 심층성에 영향을 준 중요한 요인임을 확인할 수 있다. 이에 따라 종편 출범 이후 지상파 뉴스의 심층성이 감소했을 것이라고 예측한 <가설 2-2>는 지지되었다.

<그림 10>의 지상파 뉴스 심층성 정도의 변화 양상 그래프 상에서도, 심층성 정도는 종편 출범 전과 후가 확연히 다른 추세를 나타내고 있다. 종편 출범을 기점으로 그 이후에 심층성 값이 눈에 띄게 감소한 추세 변화를 확인할 수 있다.

표 27. 지상과 뉴스 심층성 변화에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
심층성	(상수)	3.184	.147		21.701***
	VT1 <sup>a</sup>	-.010	.008	-.177	-1.377
	VT2 <sup>b</sup>	.002	.008	.036	.280
	종편 출범	-.942	.186	-.824	-5.076***
	KBS	.001	.113	.001	.008
	SBS	.051	.113	.042	.449
F	13.682***				
R <sup>2</sup>	.449				
수정 R <sup>2</sup>	.416				

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

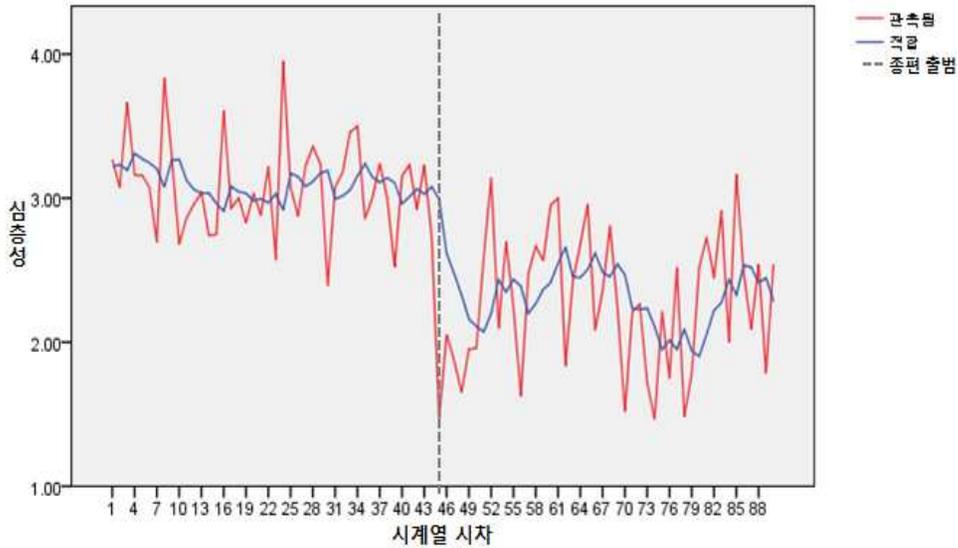


그림 10. 심층성의 시계열적 변화 양상

### 3) [연구문제 2-3] 앵커의 의견개입 정도 변화

앵커 의견개입 정도 변화의 시계열적 변화 양상을 나타낸 <그림 11>를 살펴보면, 앵커의 의견개입 정도는 종편 출범 이후 점점 떨어지는 추세를 보이고 있다. <표 28>에서 보듯이 앵커 의견개입 정도 변화의 구간별 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고( $F=5.253$ ,  $p<0.001$ ), 설명력(수정된  $R^2=0.193$ ) 또한 기준치를 넘고 있다. 그러나 개별적으로 종편 출범 여부가 앵커의 의견개입 정도에 유의미한 영향을 주고 있지 않은 것으로 나타났다( $\beta=-0.242$ ,  $p>0.05$ ). 이에 따라 종편 출범 이후 앵커의 의견개입 정도가 높아졌을 것이라 예측했던 <가설 2-3>은 성립되지 않았다.

표 28. 지상파 뉴스 앵커의 의견개입 정도에 관한 구간별 회귀모형

종속변수	예측변수	B	SE	$\beta$	t
앵커의 의견개입 정도	(상수)	.157	.027		5.894***
	VT1 <sup>a</sup>	.001	.001	.146	.968
	VT2 <sup>b</sup>	-.001	.001	-.098	-.652
	종편 출범	-.043	.034	-.242	-1.272
	KBS	-.019	.021	-.103	-.940
	MBC	-.043	.021	-.229	-2.080*
F		5.253***			
R <sup>2</sup>		.238			
수정 R <sup>2</sup>		.193			

<sup>a</sup>개입 전 시간변수 <sup>b</sup>개입 후 시간변수 \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

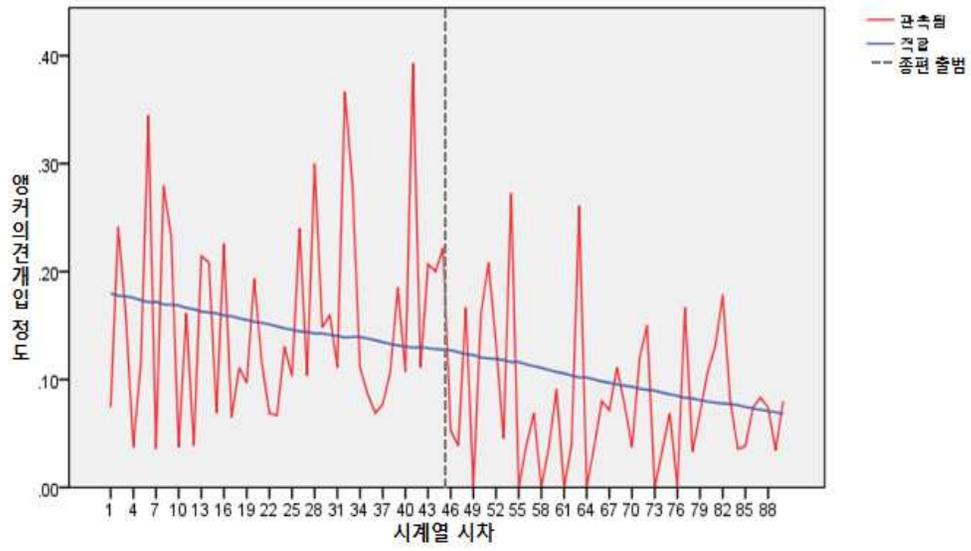


그림 11. 앵커의견개입 정도의 시계열적 변화 양상

#### 4) 소결: 종편 출범이 지상파 뉴스 내용적 도식 변화에 미친 영향

지금까지 종편 출범이 지상파 뉴스 내용적 도식 변화에 미친 영향을 분석한 결과, 종편의 출범과 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화 간 일관된 상관관계가 발견되지는 않았다. 구체적으로, 심층성 정도 변화를 예측한 <가설 2-2>만 지지되었을 뿐, 연성화 정도 및 앵커의 의견개입 정도 변화와 관련한 <가설 2-1>, <가설 2-3>은 성립되지 않았다.

이와 같은 종편 출범과 지상파 뉴스 내용적 도식 변화 간 구간별 회귀분석 결과를 종합하면, 우선 종편 출범은 지상파 뉴스의 심층성 감소에 영향을 준 것으로 나타났다. 이는 뉴스 시장에 경쟁이 증가할수록 시장지향적 저널리즘 경향이 확대되어 뉴스의 심층성이 떨어진다는 해밀턴(Hamilton, 2004, 2007)의 주장을 지지하는 결과이다. 이는 앞서 기술 분석 결과, 최근 들어 지상파 뉴스의 내용적 구성이 복합적이고 다변화한 것으로 나타났으나, 이것이 심층성 정도의 증가로 이어지지 않은 것과 일치한다. 두 번째로, 연성화 정도 모형은 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타나 종편 출범의 효과 역시 입증되지 않았다. 이와 함께 살펴본 경성 주제의 연성화 역시 종편의 출범과는 무관한 것으로 확인되었다. 앵커의 의견개입 정도의 경우, 모형은 유의한 것으로 나타난 반면, 예측변수 중 종편 출범의 효과가 유의미하게 나타나지 않았다. 이는 경쟁의 증가가 기사의 연성화와 앵커의 상품화 경향을 가속화한다는 선행연구들의 분석과 일치하지 않는 결과이다.

그러나 이러한 결과를 통해 시장지향적 저널리즘 관행이 드러나지 않았다고 해석하기는 어렵다. 뉴스의 연성화 정도는 종편 출범이 영향을 주지 않았을 뿐, 연성화 비율 자체는 여전히 전체 기사의 절반 수준으로 높은 연성화 도식을 유지하고 있으며, 앞선 기술 분석 결과에서는 오히려 2008년 이후 약간이지만 그 비율이 높아진 것으로 나타났다. 이는 현장의 기자들이 연성뉴스의 증가에 대한 문제의식을 가지고 있음에도 불구하고(심석태 등, 2013), 결국 흥미 위주의 연성화 경향을 해결하지 못하고 오히려 이 관행이 고착되고 있다는 것을 의미한다. 다만, 사람의 저널리즘 등으로 대표되는 종편의 의견개입 저널리즘이 등장했음에도 불구하고 지상파 뉴스는 여전히 앵커의 의견개입 정도가 낮으며, 그 추세가 점점 감소하는 것으로 나타나 지상파 방송사들이 공영 방송으로서 객관적 저널리즘을

지키기 위해 노력하고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

## 제 5 장 결론

### 제 1 절 연구 결과의 요약

본 논문의 연구 목적은 종편 출범과 지상파 뉴스의 형식적, 내용적 도식 변화 간 관계를 살펴보고, 이를 통해 새로운 뉴스 시장의 경쟁 증가가 기존 과점 시장에서의 지배적 방송 사업자들의 보도관행에 영향을 미쳤는지 고찰하는 것이었다. 본 논문에서 설정한 연구문제 및 연구가설들을 검증한 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫 번째로, 본 논문에서는 종편 출범이 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 미친 영향을 검증하기 위하여, [연구문제 1] “종편 출범은 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화에 영향을 미쳤는가?”와, 그 세부 연구문제로서, [연구문제 1-1] 아이템 수 변화에 미친 영향, [연구문제 1-2] 아이템별 보도시간 변화에 미친 영향, [연구문제 1-3] 기사 제시방식 변화에 미친 영향, [연구문제 1-4] 취재원 수 변화에 미친 영향, [연구문제 1-5] 사운드바이트 길이 변화에 미친 영향을 설정하였다. 이들에 대한 검증가설로 <가설 1-1> “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 아이템 수는 감소했을 것이다”, <가설 1-2> “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 아이템별 보도시간은 증가했을 것이다”, <가설 1-3> “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 기사제시방식은 다양해졌을 것이다”, <가설 1-4> “종편 출범 이후 지상파 뉴스에 인용된 취재원 수는 증가했을 것이다”, <가설 1-5> “종편 출범 이후 지상파 뉴스에 삽입된 사운드바이트 길이는 증가했을 것이다” 등을 수립하였다. 이 가설들을 검증하기 위하여 각 변수별로 구간별 회귀모형을 통해 도식 변화와 종편 출범의 개입 효과를 살펴보았다. 분석 결과, 종편 출범이 아이템 수, 아이템별 보도시간, 취재원 수, 사운드바이트 길이 변화에 영향을 준 것으로 나타났다. 그러나 기사 제시방식 변화에는 종편 출범의 효과가 입증되지 않았다. 따라서 <가설 1-1>, <가설 1-2>, <가설 1-4>, <가설 1-5>는 지지되었고, 기사 제시방식 변화 측면의 <가설 1-3>은 검증되지 않았다.

두 번째로, 종편 출범과 지상파 뉴스 내용적 도식 변화 간 관계를 검증하기

위하여, [연구문제 2] “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 내용적 도식 변화에 영향을 미쳤는가?”와, 세부 연구문제로 [연구문제 2-1] 연성화 정도 변화에 미친 영향, [연구문제 2-2] 심층성 변화에 미친 영향, [연구문제 2-3] 앵커 의견개입 정도 변화에 미친 영향을 수립하였다. 이들 각각에 대해 설정한 연구가설은 <가설 2-1> “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 연성화 정도는 증가했을 것이다”, <가설 2-2> “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 심층성은 감소했을 것이다”, <가설 2-3> “종편 출범 이후 지상파 뉴스의 앵커 의견 개입 정도는 증가했을 것이다” 등과 같다. 위의 가설들을 검증하기 위하여 형식적 도식 변화를 검증한 방법과 마찬가지로 구간별 회귀분석을 실시하여 내용적 도식 변화 추세와 종편 출범의 개입 효과를 살펴보았다. 분석 결과, 종편 출범과 지상파 뉴스의 연성화 정도 및 앵커의 의견개입 정도 변화는 관계가 없는 것으로 나타나 <가설 2-1>, <가설 2-3>은 검증되지 않았다. 반면, 종편이 출범하면서 지상파 뉴스의 심층성은 하락한 것으로 나타났다. 따라서 <가설 2-2>는 지지되었다.

## 제 2 절 연구 결과의 함의

본 논문은 연구문제와, 관련된 가설 검증을 통해 종편 출범이 지상파 뉴스의 형식적 도식 변화, 내용적 도식 변화에 미친 영향과 그 변화의 추세를 분석하였다. 지금까지 분석한 연구 결과를 토대로, 본 논문에서는 4가지 함의를 도출하였다.

첫째, 종편 출범에 따라 뉴스 시장의 경쟁이 증가하자 지상파 방송사들은 형식적 차별화 전략을 사용한 것으로 보인다. 일반적으로 뉴스 기업들이 경쟁에 대응하여 형식 차별화를 하는 것은 공통적인 경향으로 나타났다(Bae, 1999; Powers, 1993; Powers et al., 1994). 이러한 경향이 종편 출범 이후 경쟁이 강화된 한국 뉴스 시장에서도 존재한다는 것이 본 연구를 통해 입증된 것이다. 이에 따라 그동안 한국 방송 뉴스의 고질적 문제점으로 지적되어 온 천편일률적인 형식의 틀(반현·홍원식, 2009; 이준웅·황유리, 2004; 최영재, 2009)을 방송사들이 비로소 탈피하기 시작한 것으로 판단된다. 구체적으로, 종편의 출범은 지상파 뉴스의 1일 평균 아이템 수 감소와 이에 따른 아이템별 보도시간 증가에 영향을 준 것으로 확인되었다. 이는 백화점식으로 다수의 기사를 80~90초의 도식 하에 단편적, 과편적으로 제시하던 보도관행에서 벗어나 한 아이টে에 보다 긴 시간을 집중하게 되었다는 것을 의미한다. 이와 함께 종편 출범 이후 기사에 인용된 취재원 수와 사운드바이트 길이 역시 증가한 것으로 나타났다. 다양한 취재원과 사운드바이트의 사용은 기자의 사실 확인에 대한 성실성과 균형 보도를 추구하는 태도를 시사한다(이재경, 2013).

둘째, 이러한 형식적 측면에서의 개선이 내용적 도식의 개선으로까지 이어지는 않았다. 본 연구에서는 형식적 측면에서 아이টে 수 감소와 아이টে별 보도시간의 증가로 기사의 내용을 깊이 있게 보도할 토대가 마련됐음에도 불구하고, 기사의 심층성은 떨어진 것으로 나타났다. 이는 약 5~10초에 불과한 보도시간의 증가로는 사안을 심층적으로 보도하기에 한계가 있음을 의미할 수 있다. 실제 방송 뉴스에서 이 정도의 길이 증가는 전체 기사 중 한두 문장 증가한 것에 불과하기에 뉴스를 제작하는 이들이 체감하기에 큰 변화가 아닐 수 있다. 그러나 취재원 수와 사운드바이트 길이 역시 증가한 것을 감안하면, 한 기사 안에 들어가는 정보의 양이 늘어난 것은 분명해 보인다. 이는 지상파 방송사들이 원인과 대안을

제시하는 복합적 구성의 보도보다는, 보다 다양하고 많은 정보를 나열식으로 제공하는 데 집중하고 있을 가능성을 시사한다. 본 논문에서 높은 심층성의 판단 기준으로 제시된 원인과 대안, 반응 등의 정보는 취재원의 주관적인 의견이 개입될 여지가 있는 유형들이다. 이에 공영방송으로서 객관주의 저널리즘 관행을 중시해온 지상파 방송사들은 이러한 주관성을 최대한 배제하고 객관적인 사실 정보를 나열하는 형식으로 뉴스의 길이를 증가했을 가능성이 있다. 만약 심층성보다 정보 제공을 강조하는 것이 지상파 방송사의 전략이라면, 이는 지상파 방송사들이 해설적이고 분석적인 뉴스를 강화해온 종편 저널리즘과 차별화하려는 시도로도 받아들일 수 있다.

셋째, 한편으로, 기사의 심층성을 측정하는 기준에 따라 해석이 달라질 수 있겠지만, 내용적으로 기사의 심층성이 감소한 것이 맞다면, 지상파 방송사들이 경쟁에 대응하여 내용 측면에서는 상품 차별화 대신 가격 전략에 집중하고 있을 가능성도 제기할 수 있다. 미디어 기업들은 같은 시장 내 매체가 증가하면서 광고 경쟁이 치열해지다보니 점점 비용을 줄이는 방향으로 뉴스를 제작하게 되고, 이에 따라 심층성이 높지만 비용이 많이 드는 탐사보도 류의 아이템은 제작하지 않는 경향이 나타난다(Hamilton, 2004). 종편의 출범 이후 지상파 방송사들의 형식적 도식에는 변화가 나타났으나, 내용적 도식에는 변화가 나타나 않은 본 연구의 결과 역시, 방송사들이 비교적 물리적으로 변화가 쉽고 비용이 적게 드는 형식 측면에서는 차별화를 시도한 반면, 상대적으로 인력과 비용 투자가 큰 내용 측면에서의 차별화는 기피하고 있다는 것을 반영하는 결과로 해석할 수 있다.

넷째, 시장의 증가한 경쟁과 종편 저널리즘의 확산이 지상파 방송사 뉴스의 시장지향적 저널리즘의 확대에는 전반적으로 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 시장지향적 저널리즘을 반영하는 척도로 뉴스의 연성화 증가, 심층성 감소, 그리고 앵커의 의견개입 증가를 들었다. 앞서 언급한 대로 연구결과 종편의 출범은 심층성 감소에만 영향을 주었을 뿐, 연성화 정도와 앵커의 의견개입 정도에는 영향을 미치지 않았다. 이러한 사실은 국내에서도 미디어 간 경쟁이 심화되면서 시장지향적 저널리즘이 확산되고 있다는 우려(이민웅, 1996; 장하용, 2011; 한진만·설진아, 2001)가 최근 종편 출범을 둘러싼 미디어 환경에서는 부분적으로만 입증되었다는 것을 의미한다. 다만, 연성화 정도의 경우 전체 기사의 절반 수준으로 꾸준히 유지되는 것으로 나타난 만큼 그 경향성이 확대되지는 않았더라도 높은 연성화가 이미 국내 뉴스 시장에 고착화된 보도관행임을 보여준다.

또, 앵커의 의견개입 정도가 여전히 낮다는 점은 지상파 방송사의 저녁종합뉴스 진행자들이 공영 방송사의 간판 앵커로서 공정성과 객관성을 지키기 위해 노력하고 있다는 점을 시사한다. 이는 지지하는 정치인의 당선을 위해 적극적으로 의견을 개입하고 있는 종편 진행자들의 경우(원희영·원석민, 2015)와 대조되는 대목이다.

### 제 3 절 연구의 한계 및 의의

본 연구는 종편 출범이 지상파 뉴스의 형식적, 내용적 측면에서의 도식 변화에 미친 영향을 분석하겠다는 목적 하에 연구문제와 가설을 검증하였고, 이를 통해 신규 채널의 등장으로 변화한 방송 뉴스 시장에 적용할 수 있는 몇 가지 함의를 도출하였다. 그러나 지금까지 정리한 성과에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계를 가지고 있다. 첫째, 자료를 수집하는 과정에서 발생한 표집의 한계이다. 본 연구는 종편이 출범한 2011년을 기점으로 전후 3년씩, 총 6년치 방송 뉴스를 표집하는 과정에서 물리적 한계로 인해 1년에 3사 포함 15일치의 기사를 수집하였다. 물론 그 과정에서 계절적, 주기적 과잉 표집을 방지하였으나, 5일치의 기사만을 가지고 1년의 경향을 일반화하기에 어려운 측면이 있다. 둘째, 지상파 뉴스의 도식 변화에 본 연구에서 독립변수로 투입한 종편 출범 여부 외 다른 가외변인이 작용하였을 가능성이 존재한다. 본 연구에서는 기사 일자 표집 과정에서 뉴스의 도식 변화에 영향을 줄 수 있는 특별한 사건들, 예컨대, 2010년 천안함 사건, 연평도 사건, 2014년 세월호 사건, 2008년부터 2014년 사이 치러진 국회의원 총선, 지방선거 및 재보궐 선거, 대통령 선거 등이 포함된 날짜는 그 포함 여부를 확인하여 통제하였다. 그럼에도 불구하고 연구자가 예상하지 못한 방송사 내외부적 여타의 가외변인이 영향을 주었을 가능성을 배제할 수 없다. 분석 결과에서도 MBC의 경우, 2012년 발생한 노조의 파업이 도식 변화의 추세에 영향을 미친 것으로 드러났다. 셋째, 뉴스의 도식을 측정의 편의상 단순화하였다. 예컨대, 형식적 도식의 경우, 본 연구에서 분석의 대상으로 삼은 아이템 수, 아이템별 보도시간, 기사 제시방식, 취재원 수 및 사운드바이트 길이 외에도 형식적 도식에 영향을 미치는 화면 컷의 길이, 자막의 사용 여부, CG 사용 여부 등 다양한 요소가 존재함에도 불구하고 측정의 한계로 인하여 이 모두를 고려하지 못하였다. 내용적 도식의 경우도 마찬가지다. 이에 본 연구에서 고려하지 않은 다른 도식 변수의 경우, 종편 출범에 의한 변화가 본 연구의 결과와 다르게 나타날 수 있다.

위와 같은 한계에도 불구하고, 본 논문의 의의는 종편의 출범 이후 종편 자체의 특성을 분석해온 학계의 관행을 벗어나 종편 출범이 방송 뉴스 시장에 미친 영향에 관심을 갖기 시작하였고, 특히 기존의 지배적 방송사인 지상파의 보도관행 변화에 미친 영향을 실증적으로 살펴보았다는 데 그 의의가 있다. 이를 분석

하는 접근 방식 역시 미디어 경제학에서 제시한 산업조직 모형을 활용하여 시장 구조의 변화와 뉴스 성과와의 관계로 이론적으로 고찰했다는 데 학문적 의의가 있다. 또한 방법론적으로도 기사의 내용 변화를 기술적으로 분석하는 데 그치지 않고, 경제학에서 정책의 개입 효과를 분석하는 데 활용되는 개입시계열분석(구간별 회귀모형) 방법을 활용하여 설명적인 분석의 형태를 따르고자 하였다. 이를 비록 종편의 출범과 뉴스의 도식 변화 간 직접적인 인과 관계로 설명할 수는 없으나, 적어도 종편 출범이 지상파 뉴스의 도식 변화에 일정 부분 영향을 주었다는 사실은 이 연구를 통해 발견된 중요한 결과이다.

종편은 출범 당시부터 시장에 정착한 지금까지도 그 존재와 성과를 두고 여전히 논란이 분분한 매체이다. 본 연구 결과, 넓게는 언론 시장, 좁게는 방송 시장에 부정적인 영향을 끼치고 있다는 우려를 자아냈던 종편이 오히려 방송 시장 안에서 지상파 뉴스의 형식적 도식의 개선에 영향을 주었고, 또 지상파 뉴스의 시장지향적 관행 확대와 관련이 없는 것으로 나타났다. 이는 향후 종편을 비롯하여 신규 매체를 둘러싼 규제 정책에 시사점을 줄 수 있는 결과이다.

향후 연구 과제로, 본 연구에서 나타난 결론을 일반화하기 위해서 연구 모형을 보다 보완할 필요가 있어 보인다. 특히, 본 연구의 가설 검증 결과, 일부 변수들에서 2013년 여름 무렵 새로운 도식 변화의 추세가 발견되었다. 연구자가 파악할 수 있는 경쟁과 관련한 변수<sup>16)</sup> 외에 어떠한 변화가 영향을 미쳤는지 살펴보기 위하여 지상파 방송사 관계자들을 대상으로 해당 기간에 발생한 방송사 내외부적 변화에 대해 인터뷰를 추가로 시행할 필요성을 느낀다. 이에 따라 이후의 연구에서 구간별 회귀모형에 종편 출범 외 개입 시점(intervention)를 더 추가하여 분석한다면 그 추세 변화의 원인 규명이 가능할 수 있다. 이와 함께 시청률과 같은 방송사의 매출변수, 종편 관련 트위터 버즈(buzz)량 측정 등을 통한 사회심리적 변수 등을 추가로 통제하여 연구 모형에 투입함으로써 연구의 타당성을 더 높일 필요가 있다. 또한 여타 사회적 개입과 마찬가지로 종편 출범 역시 지상파 방송사에 미친 개입의 효과가 즉각적으로 발생하지 않고 지연(delay causation)되어 나타날 가능성(송근원, 2005)을 배제할 수 없기 때문에 본 연구에서 대상으로 삼은 2014년 이후에도 지속적으로 지상파 뉴스의 변화를 추적할 필요가 있다. 마지막으로, 방법론 측면에서도 향후 연구에서는 본 연구에서 사용한 개입시계열 분

---

16) 연구자는 2013년 9월 JTBC 손석희 앵커의 등장이 방송 뉴스 시장의 또 다른 경쟁 요인으로 작용했을 가능성을 제기한다.

석 외에도 사건사분석(Event history analysis) 등 다양한 접근 방식을 통해 종편의 출범이 시장에 미친 영향이 실증적으로 검증될 수 있기를 기대한다.

## 참 고 문 헌

- 구영희 (2014, 4, 13). 재승인 받은 종편...특혜 언제까지. <KBS 미디어 인사이드>.  
URL:  
[http://news.kbs.co.kr/news/NewsView.do?SEARCH\\_NEWS\\_CODE=2844592&ref=A](http://news.kbs.co.kr/news/NewsView.do?SEARCH_NEWS_CODE=2844592&ref=A)
- 김덕기·김인규·이성덕 (2003). 개입분석 모형 예측력의 비교분석. <응용통계연구>, 16권 2호, 293-303.
- 김동윤·김성해·유용민 (2013). 의견 지면을 통해 본 한국 신문의 정파성 지형. <언론과 학연구>, 13권 3호, 75-122.
- 김동일 (2011). <Stata를 이용한 계량경제 분석>. 대전: Philosophy & Art.
- 김미라 (2012). 종합편성채널의 초기편성에 관한 연구. <언론과학연구>, 12권 2호, 145-169.
- 김선진 (2012). 종합편성채널 메인뉴스 차별화 요인 연구. <디지털디자인학연구>, 12권 3호, 321-330.
- 김성훈·김동진 (2013). 종합편성채널 수용자 연구-추구충족과 획득충족의 관계를 중심으로. <정치커뮤니케이션연구>, 28호, 47-95.
- 김수정 (2013, 10, 10). KBS 뉴스 가을 개편, JTBC '뉴스9' 따라가기?. <미디어스>.  
URL: <http://www.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=37497>
- 김은혜·유세경 (2014). 방송 뉴스 다채널 시대의 뉴스 프로그램 시청 동기와 충족에 관한 연구. <한국방송학보>, 28권 1호, 89-130.
- 김재영·이승선 (2012). 종합편성채널 정책 평가. <방송문화연구>, 24권 1호, 7-38.
- 김지운·정회경 (2005). <미디어경제학: 이론과실제>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김춘식 (2014, 10, 16). [열린세상] 루머가 뉴스를 압도하는 사회. <서울신문>, 30면.
- 류동협·홍성일 (2013). 종합편성채널 시사대담 프로그램의 차별화 전략과 그 효과. <방송통신연구>, 9-36.
- 류치영 (2012). <리베이트 규제가 고혈압 약제 처방에 미치는 영향에 대한 연구>. 서울대학교 보건대학원 석사학위논문.
- 미래창조과학부·방송통신위원회 (2014). <2014년 방송산업 실태조사 보고서>. 과천: 미래창조과학부
- 민동기 (2013, 10, 14). 종편 의식했다, 지상파 오후 3시 시사 프로그램 집중 배치. <미디어오늘>.  
URL:  
<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=112479>
- 박기묵·김광재 (2014). 방송시장의 경쟁구조와 뉴스 콘텐츠 품질. <한국콘텐츠학회논

- 문지), 14권 12호, 706-722.
- 박소라 (2003). 경쟁 도입이 텔레비전 프로그램 장르 다양성에 미치는 영향에 대한 연구. <한국언론학보>, 47권 5호, 222-250.
- 박지영·김예란·손병우 (2014). 종편 시사 토크쇼와 사담의 저널리즘. <언론과 사회>, 22권 2호, 5-63.
- 반현·홍원식 (2009, 11월). <국내 지상파 방송뉴스 포맷 진단과 제언>. 한국방송학회 가을철 정기학술대회. 서울: 광운대학교.
- 방송통신위원회 (2013). 2013년도 방송시장 경쟁상황 평가. 과천: 방송통신위원회.
- 방송통신위원회 (2015). 2014년 텔레비전 방송 채널 시청 점유율 조사. 과천: 방송통신위원회.
- 송근원 (2005). <<사회과학자를 위한> 아리마 시계열분석>. 부산: 金井.
- 서인석·조현석·권기현 (2013). 단절시계열을 활용한 국회입법지원제도의 정책효과분석. <한국사회와 행정연구>, 24권 1호, 245-269.
- 성호철·김지섭 (2014, 3, 20). 지상파 寡占(과점) 깨고 볼거리 확대... '종편 2기' 출범. <조선일보>. URL: [http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2014/03/20/2014032000237.html](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/03/20/2014032000237.html)
- 송근원 (2013). <회귀분석과 아리마시계열분석>. 과주: 한국학술정보.
- 손승혜 (1999). <TV 저널리즘과 뉴스가치: 한국 영국 미국 TV 뉴스의 내용분석>. 서울: 한국언론재단.
- 신태섭 (2011). 종편채널 정책에 대한 비판적 고찰. <정치커뮤니케이션 연구>, 23호, 183-216.
- 심미선 (2014). 시청률로 살펴 본 종합편성채널의 현주소. 미디어미래연구소(편). <Content + Future>(7-22쪽). 서울: 미디어미래연구소.
- 심석태·이성주·김기봉·최문호·강형철·윤태진·임대근·정필모·김호성 (2013). <(방송 보도를 통해 본) 저널리즘의 7가지 문제>. 서울: Culturelook.
- 안경숙·조현호 (2009, 7, 22). 언론노조, 언론악법 저지 3차 총파업 돌입. <미디어오늘>.  
URL=<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=81511>
- 원희영·윤석민 (2015). 종합편성채널의 보도 공정성에 관한 연구. <한국방송학보>, 29권 1호, 117-148.
- 유재원·손화정 (2009). 시군통합의 효과에 대한 경험적 분석: 단절적 시계열모형 (ARIMA)의 적용. <한국행정학보>, 43권 4호, 285-306.
- 윤고은 (2009, 7, 15). KBS 노조 “미디어법 강행 파업으로 맞서겠다”. <연합뉴스>.  
URL=<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=100&id=001&aid=0002765714>
- 윤석민 (2013). 방송의 공정성에 대하여. 미출간 논문.

- 윤영철 (2007). 방송 저널리즘 프로그램 진행자의 의견 개입에 관한 연구. <언론정보 연구>, 44권 1호, 37-64.
- 윤의영 (1997). 기고논문: 도시비선호시설이 주택가격에 미치는 영향에 관한 연구; 서울시 상계동 소각장 사례의 개입시계열 분석. <한국정책학회보>, 6권 1호, 152-173.
- 이남표 (2009, 8월). <종편PP, 무엇이 문제인가?>. 미디어공공성포럼 제7차 연속기획 토론회. 서울: 환경재단.
- 이문형 (2014). 종합편성채널의 한계와 성과: 편성과 포맷을 중심으로. 미디어미래연구소(편). <Content + Future> (23-37쪽). 서울: 미디어미래연구소.
- 이민웅 (1996). <한국TV 저널리즘의 이해>, 서울: 나남출판.
- 이성덕·김주성 (2003). Comparison of prediction methods for Nonlinear Time series data with Intervention. <한국데이터정보과학회지>, 14권 2호, 265-274.
- 이영주·박정우 (2011). 지상과 방송과 차별화된 종합편성채널에 대한 정책적 지원이 시장 경쟁구도에 미치는 영향에 관한 연구. <방송과커뮤니케이션>, 12권 4호, 77-110.
- 이은미 (2001). 1990년대 텔레비전 방송의 다양성 분석: 지상과 방송의 프라임 타임 대 프로그램 다양성 변동을 중심으로. <한국언론학보>, 46권 1호, 388-412.
- 이일현 (2014). <(EasyFlow) 회귀분석>. 서울: 한나래아카데미
- 이재경 (2003). <한국 저널리즘 관행 연구>. 서울: 나남출판.
- 이재경 (2004, 7월). <한국 TV 뉴스 양식과 취재 시스템: 그 특성과 한계>. 한국언론학회 전환기의 한국언론 심포지엄, 1-29.
- 이재경. (2013). <한국형 저널리즘 모델: 한국 저널리즘 선진화를 위한 성찰>. 서울: 이화여자대학교출판부.
- 이재경·김진미 (2010, 5월). <한국 신문 기사의 취재원 사용 관행>. 한국언론학회 봄철 정기학술대회, 291-307. 경주: 현대호텔.
- 이준구·이창용 (1997). <경제학원론>. 서울: 法文社.
- 이준웅·황유리 (2004). 한국형 방송뉴스 도식의 발견. <한국방송학보>, 18권 3호, 232-292.
- 이진영·박재영. (2010). 경쟁 신문의 등장에 따른 신문의 보도 차별화 전략: 한겨레 창간의 경우. <한국언론학보>, 54권 6호, 444-470.
- 이현우 (2012). <미디어 정책결정 과정의 네트워크 구조분석>. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 임영호 (2008, 5월). 다매체 시대 뉴스공급 시장의 변화 진단: 추세와 전망. <한국언론정보학회 학술대회>, 3-22.
- 장하용 (2011). 매체 간 경쟁의 심화에 따른 안내적 저널리즘의 약화. <한국언론정보학보>, 56호, 48-70.

- 장하용 (2013, 7월). <중편저널리즘의 현황과 평가를 위한 소고>. 한국언론학회 언론과 사회 연구회 하계 세미나, 3-11.
- 장호순 (2008). 신문과 방송의 교차소유 규제완화에 관한 찬반론 분석. <언론과법>, 7권 1호, 137-167.
- 정수영·구지혜. (2010). 지상파 TV 뉴스의 다양성 및 중복성에 관한 연구. <한국방송학보>, 24권 5호, 415-457.
- 정종건 (2011). 종합편성채널 도입에 따른 지역 지상파방송 대응 전략. <한국콘텐츠학회논문지>, 11권 7호, 192-209.
- 정준희 (2013). <방송 저널리즘의 위기와 미디어 체제의 재구성>. 한국방송학회 스마트 시대 방송저널리즘의 위기와 전망 세미나, 7-22. 서울: 프레스센터.
- 조우현·이해종·손명세·남정모·유승흠 (1993). 시계열 개입 분석을 이용한 환자의뢰 제도의 개입효과 평가. <예방의학회지>, 3권 1호, 53-83.
- 조은영·유세경 (2014). 종합편성채널 도입과 방송 뉴스 보도의 다양성. <한국언론학보>, 58권 3호, 433-461.
- 조익환·이상우 (2012). 경쟁 환경에 따른 신규 미디어와 기존 미디어의 프로그램 다양성 연구. <한국방송학보>, 26권 6호, 177-213.
- 조일형·권기현 (2011). 간여시계열에 의한 성범죄 예방 정책의 효과분석. <한국행정연구>, 20권 1호, 225-253.
- 조지연·송주호·이봉규 (2011). 종합편성채널 도입에 따른 국내 미디어산업 변화 및 사업자 경쟁방안에 관한 연구. <인터넷정보학회논문지>, 12권 1호, 39-53.
- 최영재 (2009, 11월). <방송 뉴스 프로듀싱 전략과 뉴스 생산 조직>. 한국방송학회 가을철 정기학술대회, 31-50.
- 최영재·남재일 (2013). 텔레비전 뉴스 포맷의 국가간 비교 연구. <언론과학연구>, 13권 3호, 661-692.
- 최영주 (2012, 11, 20). 종편, 개국 1년 평균 시청률 0.55%. <PD저널>. URL=<http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=36805>
- 최현철 (2013). <사회과학 통계분석: SPSS PC+(20.0)>. 파주: 나남.
- 최훈 (2009, 7, 21). 전국 언론노조 '총 파업' 돌입.. "미디어법 강행처리 반대". <MBC 뉴스데스크>. URL: [http://imnews.imbc.com/replay/2009/nwdesk/article/2394317\\_13193.html](http://imnews.imbc.com/replay/2009/nwdesk/article/2394317_13193.html)
- 하주용 (2013). 종합편성채널의 초기 성과 분석. <방송통신연구>, 85호, 37-67.
- 한국갤럽조사연구소 (2014). <한국인이 즐겨보는 뉴스채널> (한국갤럽 데일리 오피니언). 서울: 한국갤럽조사연구소.
- 한국방송개발원 (1997). <TV 뉴스 프로그램의 연성화 경향 분석> (텔레비전 모니터 보고서 97-1).
- 한국언론진흥재단 (2014). 제19회 언론수용자 의식조사. URL: <http://www.kpf.or.kr/>

- board/Z/detail.do?menu\_link=pds/MediaStatsInfomation/MediaStatsInfomation\_04/summary&p\_menu\_id=null&menu\_id=202&menu\_orderby=5&tabYn=N
- 한진만·설진아 (2001). 텔레비전 뉴스의 여성화에 관한 연구. <한국방송학보>, 15권 3호, 333-366.
- 홍성일 (2013). <저널리즘 장 이론으로 살핀 종합편성 채널의 보도 및 유사 보도 프로그램의 문제와 개선방안>. 한국방송학회 스마트 시대 방송저널리즘의 위기와 전망 세미나, 51-67. 서울: 프레스센터.
- Albarran, A. B. (1996). *Media economics: understanding markets, industries, and concepts 1st ed* (Vol. 1st ed). Ames: Iowa State University Press.
- Albarran, A. B., Chan-Olmsted, S. M., & Wirth, M. O. (2006). *Handbook of media management and economics*: Routledge.
- Atwater, T. (1983). Product Differentiation in Local Television News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 61(4):757-762.
- Bae, H.-S. (1999). Product differentiation in cable programming: The case in the cable national all-news networks. *Journal of media economics*, 12(4), 265-277.
- Bae, H.-S. (2000). Product differentiation in national TV newscasts: A comparison of the cable all-news networks and the broadcast networks. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(1), 62-77.
- Campbell, D. T., Stanley, J. C., & Gage, N. L. (1963). *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Houghton Mifflin Boston.
- Charnley, M. V. (1975). *Reporting*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences 2nd ed* (Vol. 2nd ed). Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Coulson, D. C., & Lacy, S. (2003). Television reporters' perceptions of how television and newspaper competition affects city hall coverage. *Mass Communication & Society*, 6(2), 161-174.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*: Northwestern University Press.
- Greer, D. F. (1992). *Industrial organization and public policy* (3rd ed). New York: MacMillan.
- Hamilton, J. (2004). *All the news that's fit to sell: How the market transforms information into news*. Princeton University Press.
- Hamilton, J. T. (2007). News that sells: Media competition and news content. *Japanese Journal of Political Science*, 8(01), 7-42.

- Hoskins, C., McFadyen, S., & Finn, A. (2004). *Media economics : applying economics to new and traditional media*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Hotelling, H. (1929). Stability in competition, *The Economic Journal* 39, 41-57.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis : an introduction to its methodology 2nd ed* (Vol. 2nd ed). Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Krippendorff, K. (2012). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Lacy, S. (1987). The effects of intracity competition on daily newspaper content. *Journalism Quarterly*, 64, 281-290.
- Lacy, S., Atwater, T., & Qin, X. (1989). Competition and the allocation of resources for local television news. *Journal of media economics*, 2(1), 3-14.
- Lacy, S., Coulson, D. C., & Cyr, C. S. (1999). The impact of beat competition on city hall coverage. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(2), 325-340.
- Lacy, S., & Vermeer, J. P. (1995). Theoretical and practical considerations in operationalizing newspaper and television news competition. *Journal of media economics*, 8(1), 49-61.
- Lee, Y.-C. (2007). Effects of market competition on Taiwan newspaper diversity. *Journal of media economics*, 20(2), 139-156.
- Litman, B. R. (1979). The television networks, competition and program diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 23(4), 393-409.
- Litman, B. R., & Bridges, J. (1986). An Economic Analysis of Daily Newspaper Performance. *Newspaper Research Journal*, 7(3), 9-26.
- McDonald, D. G., & Lin, S.-F. (2004). The effect of new networks on US television diversity. *Journal of media economics*, 17(2), 105-121.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?*. CA: Sage Publications Thousand Oaks.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. Sage.
- Owen, B. M. (1974). *Television economics*. Lexington, MA: Heath
- Picard, R. G. (1988). Measures of concentration in the daily newspaper industry. *Journal of media economics*, 1(1), 61-74.
- Picard, R. G. (1989). *Media economics: Concepts and issues* (Vol. 22). Sage Publications, Inc.
- Picard, R. G. (2004). Environmental and market changes driving strategic

- planning in media firms. *Strategic responses to media market changes*, 1-18.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Simon and Schuster.
- Powers, A. (1993). Competition, conduct, and ratings in local television news: Applying the industrial organization model. *Journal of media economics*, 6(2), 37-44.
- Powers, A., Kristjansdottir, H., & Sutton, H. (1994). Competition in Danish television news. *Journal of media economics*, 7(4), 21-30.
- Riffe, D., Lacy, S., Fico, F. (2005). Analyzing media messages : using quantitative content analysis in research (Vol. 2nd ed). 배현석·배은결(역) (2011). <미디어 메시지 분석: 양적 내용분석방법을 중심으로>. 경산: 영남대학교출판부.
- Rosenstiel, T. (2007). *We interrupt this newscast*: Cambridge University Press.
- Sarrina Li, S.-C., & Chiang, C.-C. (2001). Market competition and programming diversity: A study on the TV market in Taiwan. *The Journal of Media Economics*, 14(2), 105-119.
- Scherer, F. M., & Ross, D. (1990). Industrial market structure and economic performance. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Steiner, P. O. (1952). Program patterns and preferences, and the workability of competition in radio broadcasting. *The Quarterly Journal of Economics*, 194-223.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. NY: The Free Press.
- Van der Wurff, R., & Van Cuilenburg, J. (2001). Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market. *The Journal of Media Economics*, 14(4), 213-229.
- Wagner, A. K., Soumerai, S. B., Zhang, F., & Ross - Degnan, D. (2002). Segmented regression analysis of interrupted time series studies in medication use research. *Journal of clinical pharmacy and therapeutics*, 27(4), 299-309.
- Wimmer, R., & Dominick, J. (2013). *Mass media research*: Cengage learning.
- Wirth, M. O., & Bloch, H. (1995). Industrial organization theory and media industry analysis. *Journal of media economics*, 8(2), 15-26.

Wirth, M. O., & Wollert, J. A. (1984). The effects of market structure on television news pricing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 28(2), 215-224.

Zaller, J. (1999). *Market competition and news quality*. Paper presented at the Annual Meetings of the American Political Science Association, Atlanta, GA. [http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/News% 20quality% 20paper. PDF](http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/News%20quality%20paper.PDF).

## 부록: 코드북

### ■ 코딩원칙

- 1) KBS, MBC, SBS 각 방송사 저녁 메인뉴스 사이트에서 해당 날짜 뉴스의 스크립트를 기준으로 코딩한다. (다시보기 영상을 일일이 볼 필요는 없으나, 필요한 경우 영상을 재생하여 참고한다.)
- 2) 기사 길이는 다시보기 영상(기사 개별 클릭)에 제시된 시간(초)를 기준으로 기록한다. (영상을 다 볼 필요 없고 시간 표시 스크롤 바를 이동해가며 확인한다.)
- 3) 항목 중 '기사 제시방식'은 기자의 출연 행태를 파악해야 하므로 영상을 확인해야 한다. 스크롤 바를 이동해가며 출연 유무, 제시방식의 형태만 파악하면 된다.
- 4) 엑셀 코딩(특이사항 및 문의사항 비고란에 정리)

### ■ 코드북

#### <기사 일반 정보>

---

V0. 코더 ID

01

02

V1. 기사 ID (0001부터 숫자)

V2. 방송사명

1 = KBS

2 = MBC

3 = SBS

V3. 방송날짜 & 요일 (연월일 순. (예: 20121212 수))

\* 분석대상 날짜에 발생한 특별한 사건이나 이슈(예. 연평도 포격 또는 공무원 연금 이슈)가 있으면 비고란에 메모한다.

## 형식적 특징

### 〈보도시간〉

---

V4. 해당 날짜 뉴스 아이템 총 개수

V5. 개별 기사 길이 (단위:초. (예.77))

\* 기사 길이 측정은 메인뉴스 해당 날짜 페이지 개별 아이템들 클릭해서 나오는 VOD 기준.

### 〈기사 제시방식〉

---

V6. 기사 제시방식

1 = 앵커 + 기자 리포트 (stand up 있는 것 없는 것 모두 포함)

2 = 앵커 + 기자 현장 생중계 + 보도화면

3 = 앵커 + 기자 스튜디오 출연 + 보도화면

4 = 앵커 + 단신처리 (단독진행)

5 = 앵커 + 기자 리포트 + (기자(출연)) + 리포트 2(3) (리포트 2개 이상 연속)

6 = 기자(스튜디오 진행) + 기자 리포트

7 = 기자(스튜디오 진행) + 기자 리포트 + 리포트 2(3) (리포트 2개 이상 연속)

8 = 기자(스튜디오 진행) + 단신 (단독진행)

9 = 앵커 클로징 멘트

10 = 기타

- 1 ~ 3까지는 한국 방송 뉴스에서 가장 일반적인 앵커+리포트 1개의 형태(전체 스크립트 목록에 보도 기자명이 1명). 5는 리포트 2개 이상이 연결되어 보도되는 심층 뉴스의 형태. 이 경우 스크립트 목록에 기자 이름이 2명 이상 제시되어 있어 스크립트만으로도 파악이 가능. (예. KBS 뉴스9 코너 중, [이슈& 뉴스])

- 6~9은 앵커 없이 기자가 진행하고 보도화면이 나오는 형태. (예1) 2014년 12/4 뉴스9 (기코딩) [지금 세계는] 코너 첫 번째 아이템의 경우, 하송연 기자(국제부)가 진행하고 다른 기자가 리포트하는 형식 6의 형태. (\*기자인지 앵커인지 구분이 어렵다면, 대체로 메인뉴스에서 메인앵커(주로 진행하는 남/여)가 아닌 경우 여타 진행자는 기자인 경우가 대부분.) (예2) 바로 다음 아이템에서 하송연 기자가 국제 뉴스 단신목록을 진행하는 8의 형태.

(예2) 2014년 2/14 뉴스9(기코딩) [이슈&뉴스] 코너의 경우, 앵커가 아닌 기자 진행으로

시작하여 기자 두 명의 리포트 이어지는 7의 형태.

### 〈사운드바이트〉

---

사운드 바이트: 편집돼 뉴스에 삽입되는 취재원의 육성부분. 스크립트 상에 〈인터뷰〉 또는 〈녹취〉(KBS), [사람이름/(소속)](MBC, SBS) 등의 형태로 제시.

V7. 기사에서 말하거나 인용된(인터뷰 된) 취재원의 수

- 기명 + 익명 취재원, 녹취 등 모든 사운드바이트의 형태 포함.
- 취재원, 녹취 등 아무런 사운드바이트 없으면 '0' 코딩.

V8. 사운드 바이트 길이 (단위:초. (예. 8)

- 앵커, 기자 외 기사 안에 인용된 취재원의 육성 부분 시간의 총 길이를 기록.
- 없으면 0 코딩

### 내용적 특징

### 〈연성 뉴스 비율〉

---

V9. 기사의 주제

- 1 = 정치/외교 : 정치, 군사/안보, 외교/국제, 북한/통일
- 2 = 경제/산업 : 경제, 산업, 과학/기술, 건설, 교통, 농업
- 3 = 사회/교육 : 보건/복지, 환경/공해, 교육, 범죄, 검/경찰, 사고/재난, 종교
- 4 = 문화/예술 : 문화, 예술, 언론, 스포츠, 인간흥미, 생활정보
- 5 = 기타

\* 해당일 뉴스 스크립트 목차 오른쪽에 방송사별로 해당 아이템을 '정치', '경제' '사회' '문화' '국제' 등으로 범주화하여 제시하고 있는데, 이를 참고할 것. (예) 2014년 뉴스9 2/14, '박 대통령 "공공부문 빛 80% 12곳부터 개혁"' 기사의 경우, 내용적으로 경제 뉴스라고 볼 수도 있으나, 뉴스 카테고리 분류상 '정치'라고 되어 있음. 이 경우 정치 뉴스(1)로 코딩.

- 해외 스포츠는 국제 아닌 '스포츠'로 통일.
- 단신묶음은 주제가 다양할 수 있으니 무코딩.

V10. 뉴스 소재 기준 연성 뉴스 여부 (V11.의 연성 뉴스 소재 유형 기준)

- 1 = 연성 뉴스이다.
- 2 = 연성 뉴스가 아니다.

- 주제가 아닌 소재 기준 연성뉴스 여부를 판단한다. 예컨대, V11.에서 전통적인 경성뉴스의 주제인 '정치' 뉴스라 할지라도 정책적인 내용이 아니라 정당 간 '갈등'(아래의 유형 중 7)에 초점을 맞추고 있는 보도일 경우, 연성 뉴스로 파악한다.

V11. 사용된 연성 뉴스 소재의 유형 (V10.에서 2를 코딩한 경우 이 문항은 넘어감)

- 1 = 진기함/신비/흥미
- 2 = 미(美)
- 3 = 성(性)
- 4 = 모험
- 5 = 재산/금전
- 6 = 비애
- 7 = 갈등/투쟁
- 8 = 재해/피해
- 9 = 발견/발명
- 10 = 동물/식물
- 11 = 인정/미담
- 12 = 건강
- 13 = 유행/경향
- 14 = 기타

### 〈심층적 구성〉

---

V12. 기사 구성의 심층성 정도

- 1 = 과정/결과
- 2 = 원인 + 과정/결과
- 3 = 과정/결과 + 반응
- 4 = 과정/결과 + 대안
- 5 = 원인 + 과정/결과 + 반응(또는 해석)
- 6 = 원인 + 과정/결과 + 대안
- 7 = 원인 + 과정/결과 + 반응(또는 해석) + 대안

- 원인 : 사건의 근본 원인에 대한 언급이 있는 경우. (예. '지하철 노조 파업'의 경우, 파업의 이유가 되는 노사간 쟁점이나 노정간의 대립되는 문제에 대해 언급된 경우)

- 과정 : 사건의 진행에 대한 설명이 있는 경우. (예. 파업이 어떤 식으로 전개되었는지, 정부와 경찰의 공권력은 어떻게 대응했는지 등이 언급된 경우)
- 결과 : 사건의 결과 또는 그로 인해 초래된 현상을 언급하고 있는 경우. 쉽게 말해 발생한 현상 또는 이슈 그 자체만 다루고 있는 경우. (예. 지하철 노조 파업으로 지하철 운행이 지연 또는 파행 운행되었다)
- 반응 또는 해석 : 사건에 대한 시민들의 반응이나 이에 대한 전문가의 해석 또는 해설이 언급되는 경우.
- 대안 : 해결 방안 또는 대안이 제시되고 있는 경우. 미래를 예측하거나, 대비를 위해 준비할 바를 제시하는 것 등 포함. (단순히 “대책 마련이 요구됩니다”는 식의 대안 촉구형 결론 언급 말고 구체적인 대안이 제시되는 경우.)

### 〈앵커의 의견개입〉

---

V13. 앵커의 의견 개입 여부 (클로징 멘트에 의견 개입되어 있는 경우도 포함)

- 1 = 있다
- 2 = 없다

-----V13.이 2인 경우 여기서 코딩작업 끝

\* V15.에 제시된 앵커의 의견개입 유형 기준.

V14. 의견 개입된 앵커멘트 길이 (단위:초 예.10)

V15. 앵커의 의견개입 유형 (6의 경우 문서파일에 해당 부분 스크립트 그대로 첨부)

- 1 = 추론 또는 추측에 의한 의견 표시
- 2 = 대화와 맞장구를 통한 주관적 평가
- 3 = ‘국민의 이름으로’ 의견 제시
- 4 = 개인적 경험에 근거한 판단
- 5 = 정책방향의 제시
- 6 = 기타

- 추론 또는 추측에 의한 의견 표시: 충분한 근거가 제시되지 않았는데 앵커가 추론을 통해 성급하게 가치판단을 내리는 경우.

- 대화와 맞장구를 통한 주관적 평가: 두 명의 앵커가 서로 대화하거나 질문에 답하는 형식으로 주관적인 평가를 내리는 경우. (예) “더구나 그것이 미군부대의 철책을 지키는 상황에서 나왔다는 사실이 참으로 서글프니다.(여자진행자 고개 끄덕) 이 상황에서 과연 어느 나라의 경찰인지 되묻지 않을 수 없습니다.”- 시사프로그램의 예시

- ‘국민의 이름으로’ 의견 제시: 불특정 다수 또는 전체 국민들이 원하는 바임을 전제하는 방식으로 진행자들의 의견이 삽입되는 경우. (예) 네. 국민들은 선거구제 개편이 정치

적 노림수가 아니라 정치적 개혁이라는 것을 보고 싶습니다.

- 개인적 경험에 근거한 판단: 자신의 사적 경험을 토대로 논평하는 경우.

- 정책방향의 제시: 사실을 전달하고 그것에 대한 판단을 내리는 것을 넘어서 대책이나 방향을 제시하는 멘트의 경우. (예) 네, 아시다시피 이번 X파일 사건은 정계, 재계, 언론계가 총망라된 사상 초유의 권력형 비리죠. 그런만큼 한 점 의혹도 없이 그 실상을 철저하게 규명해야 할 것입니다.

Abstract

# The Effects of General Programming Cable TV Networks on Terrestrial Broadcasting News

-Focusing on Interrupted Time Series Analysis of  
Main News Programs-

Soo Yeon Han

Department of Communication

The Graduate School

Seoul National University

This paper analyzes the effects of the launch of general programming cable TV networks on Korean broadcasting journalism. The general programming cable TV network has been a controversial medium since its launch, despite its approval and popularity today among viewers, because of its extent and influence. In particular, it has been noted that the entrance of large newspaper firms – that is, firms that have shaped the agenda of Korean society and powerfully influenced the journalism market in past decades – into the broadcasting market alone has been enough to incite a structural change in the journalism market. New programming formats and content have differentiated themselves from existing reporting practices. For example, talk-show news programs have been introduced,

creating a new type of journalism called general programming journalism. However, despite the impact of general programming cable TV stations on the structure and contents of the broadcasting journalism market, few studies have empirically reviewed their overall effect on broadcast journalism. It is especially notable that no studies have investigated the effects of general programming cable TV stations on terrestrial networks – the dominant industry in broadcast journalism today. The current study therefore focused on main news programs – major programs on terrestrial networks. The study analyzed the changes manifested in the said programs before and after the introduction of general programming cable TV networks, as well as the effects of the networks' launch on main news programs.

The launching of general programming cable TV networks incited a competition new to the terrestrial network-oriented Korean broadcast journalism market. The current study therefore based its research on the Industrial Organization Model, regularly used in media economics, to investigate the competition generated by general programming cable TV networks in the broadcast journalism market. The study also assesses how this competition affects media firms' behaviors, especially in relation to news broadcasting practices. To do this, reporting practices in terrestrial network news programs were categorized and organized by format and content, according to discussions of terrestrial network reporting practices in existing literature. More specifically, reporting practices were sorted according to format on the basis of the daily average number of reported items, reporting time per item, presentation method, number of journalists, sound-bite lengths, and more; they were also sorted according to content on the basis of content softening, depth, and reporter subjectivity. In other words, stories in terrestrial networks news programs were analyzed with a focus on detailed variables relating to format and content.

The subjects of analysis were main news programs that had aired in three terrestrial networks over the last six years (i.e., three years

[2008-2010] predating the launch of general programming cable TV networks in December 2011, and three years [2012-2014] following said launch). Thirty days' worth of footage, with five days' worth of footage pulled from each of the six years, was sampled for content analysis. Based on the data collected with this method, an interrupted time series analysis—a method used to analyze intervention effects of policies or incidents—was used to statistically verify the effects of general programming cable TV networks on the format and content of terrestrial news.

In summary, the results verified that the launch of general programming cable TV networks has influenced the format used in terrestrial network news. On the other hand, the results only a partial influence of the networks on the content of terrestrial network news. In terms of format, the daily average number of reported items in terrestrial news decreased since the launching of general programming cable TV networks, while reporting time per item increased over time. The number of journalists and sound bite length also increased in the same time frame. This therefore verified that the formal structure of news programs, which has long been an issue for terrestrial network news, has been changing as a result of growing competition. However, the launching of general programming cable TV networks was not found to have had intervention effects on presentation method. Terrestrial networks were found to have kept the same standard news format, which comprises of introductions by anchors and reports by journalists, throughout the given time period. The launching of general programming cable TV networks was found to have affected content changes in terrestrial network news only with regard to story depth. The depth of terrestrial news was found to have decreased following the launch.

The current study is significant for the following reasons. First, it is the first study to look into the influence of the launching of general programming cable TV networks on news reports in terrestrial networks, which are currently dominant industries in the broadcast journalism

market. The study may therefore contribute to future discussions related to general programming cable TV networks and, more generally, discussions around competition among media markets. Second, the current study conducted a long-term analysis of changes that took place over a span of six years (i.e., three years before the launching of general programming cable TV networks and three years following it), rather than over a shorter, more limited time period. Thus, the study tracked long-term changes in broadcasting journalism that were spurred by competition. Third, the current study consisted of explorative research that statistically verifies the effects of general programming TV networks using interrupted time series analysis, rather than a simple discussion of technical changes. This paper therefore proposes methods by which the effect of structural changes in media markets on news content may be empirically verified, and is significant in that it is the first study to have attempted to expand methodological discussions relevant to this topic.

**keywords: News in Terrestrial Networks, Broadcast Journalism, General Programming TV, Competition, Industrial Organization Model, Interrupted Time Series Analysis**

**Student Number: 2013-20140**