

4주차 <기사의 유형>

1. 기사 종류

1) 신문·방송 기사 형식은 스트레이트, 해설, 스케치, 기획, 리포트, 가십, 인터뷰, 속보, 논평, 기타 등으로 분류(윤석홍·김춘옥, 2004, 『신문방송, 취재와 보도』, 나남출판)

- 스트레이트는 사실 위주로 쓴다.
- 해설은 사실을 상세히 설명하는 기사
- 논평은 현안에 대해 언론사의 입장을 밝히는 것
- 속보는 기존 뉴스의 추가 사실을 전달하는 기사
- 스케치, 르포는 장소 또는 행사를 이야기 중심으로 쓴다.
- 기획은 특정 주제를 정해서 전달한 기사
- 리포트는 라디오나 TV 보도를 위해 쓴 기사
- 가십은 흥미 위주로 쓰는 기사
- 인터뷰는 대화 형식으로 쓰는 기사

2) 기사 종류에 따라 쓰는 방식이 다르다.

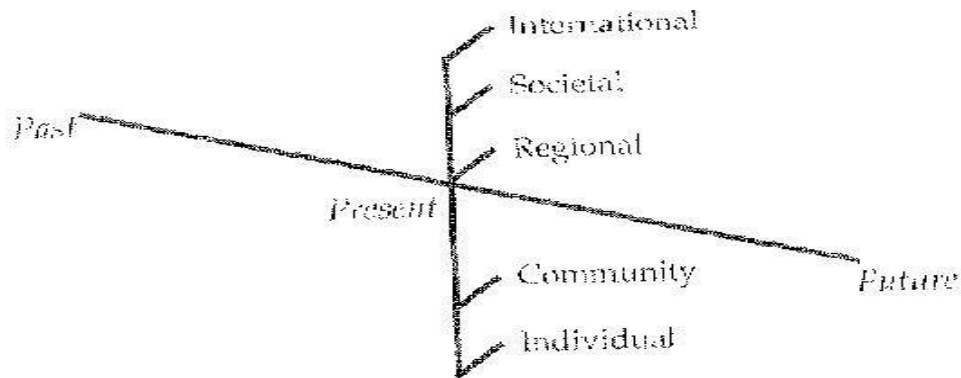
- 스트레이트는 전형적인 역피라미드형을 중시. 수용자에게 빠르게 핵심 사실을 전달하기 위해서. 사건을 뉴스화할 때 일탈성, 저명성 등 여러 뉴스가치 기준 가운데 가장 적합한 뉴스가치에 맞는 사실을 가장 먼저 쓴다. 두괄식 스타일. 속보, 해설, 논평 등 사실 중시 기사는 이와 유사하다.
- 스케치, 르포, 리포트, 가십 등 흥미 위주의 기사는 수용자의 관심을 끌어내기 위해서 핵심 사실을 먼저 적시하기보다는 분위기, 발언 등을 먼저 쓰기도 한다. 미괄식 스타일도 가능.

3) 매체에 따라 중시하는 기사 종류가 다르다.

- 신문, 방송은 공간적, 시간적인 제약이 매우 많아서 스트레이트를 중시한다.
- 뉴스통신사는 속보를 매우 중시한다. AP, AFP, 로이터 등 세계적인 뉴스통신사들은 특정 사건에 대한 보도 경쟁이 매우 치열해서, 누가 먼저 보도했는가를 초단위로 측정한다.
- 잡지는 공간적, 시간적인 제약이 신문, 방송보다 적기 때문에 스트레이트보다는 해설, 르포성 글이 많다.
- 인터넷 뉴스는 공간적인 제약이 적기 때문에 기사당 뉴스량이 많고, 글이 길어지는 경향이 있다.

2. 시간, 공간에 따른 뉴스가치

FIGURE I
The Two Dimensional Measurement Scheme



시간과 공간에 따라서 뉴스가치가 달라진다.

1) 시간적 기준

-과거, 현재, 미래로 구분된다.

-현재 사건의 뉴스 가치가 가장 크지만, 과거와 미래의 기사도 사회적 맥락에 따라 뉴스가 된다. 즉 현재에 영향을 미치는 과거와 미래의 사건을 말한다.

예) 일제의 종군 위안부 사건은 매우 중요한 역사적 사건이다. 이에 관한 새로운 과거 자료가 발견되면 중요한 뉴스가 된다.

예) 매년 연초가 되면 한국의 중요한 경제연구소들은 그해의 경제 예측 자료를 발표한다. 미국의 중요한 연구소들은 종종 2050년의 미래 등과 같은 미래 변화 예상 연구자료를 발표한다. 이런 자료들은 현재에 중요한 영향을 미치므로 뉴스가 된다.

2) 공간적 기준

- 뉴스는 공간적으로 수용자가 살고 있는 곳을 기준으로 동네, 구, 도시, 국가, 세계 등으로 확산된다.

- 뉴스 가치 기준인 근접성의 원칙에 따르면 지역이 가까울수록 뉴스가치가 크다. 그러나 근접성은 정치적, 경제적, 문화적, 심리적 거리를 포함한다는 것을 명심해야 한다.

3. 경성뉴스와 연성뉴스

1) 경성뉴스

- 신속한 사실 전달에 중점을 두고 있고 수용자들이 현실사회에 대처하는데 필요한 정보를 담은 뉴스.
- 기사의 재미는 없으나 수용자의 생활에 중요하기 때문에 수용자들에게 지연적 보상(delayed reward)을 주는 뉴스.
- 정치, 경제, 사회 문제 등 복잡한 이슈

2) 연성뉴스

- 정보 가치보다는 독자의 오락성, 흥미성 욕구를 충족시켜주는 기사로 독자의 감성에 호소하는 기사.
- 수용자에게 중요한 정보를 제공하지는 않지만, 읽거나 보는 순간에 즐거움을 주기 때문에 즉각적 보상(immediate reward)을 주는 뉴스. 오락, 연예 등

4. 연성뉴스의 증가와 문제점

1) 연성뉴스 증가 이유

(1) 사회적으로 여성의 지위 상승

- 여성의 사회적 지위가 높아지고, 사회적 활동이 많아지면서 여성이 중시하는 교육, 가정, 아동 등의 기사가 많아진다

(2) 미디어의 상업화

- 미디어가 급속도로 늘어나면서 미디어간의 경쟁이 치열해짐. 이에 따라 수용자들의 매체 이용을 늘리기 위해서 경성뉴스보다는 연성뉴스를 더 많이 전달하게 됨.
- 미디어의 뉴스 제작 기준이 전문가 중심에서 수용자, 시장 중심으로 변화. 즉 뉴스가 구조적으로 대중적인 뉴스가치로 변동. 실제로 전문가 중심적인 언론보다는 시장 중심적인 언론이 생존하는 추세

(3) 뉴미디어의 발달

- 포털사이트는 수용자의 이용량을 늘리기 위해서 경성뉴스보다는 연예 등 연성 뉴스를 적극 활용.

2) Infotainment 기사의 증가

- 정보(information)과 엔터테인먼트(entertainment)의 내용이 혼합된 기사
- 독자들의 이용량을 늘리기 위해서 정보 중심의 경성뉴스에다 오락적 요소를 혼합

시킨 기사들이 증가.

-기사 뿐만 아니라, 방송사의 뉴스 방송에서도 이같은 방식으로 진행되는 프로그램이 증가.

예) 방송사의 뉴스 방송은 앵커와 기자들이 진행하는 것이 전통적인 방법인. 그러나 일본의 민영방송사들의 뉴스 방송은 연예인, 학자 등 여러 명이 출연해서 시사 쇼와 같은 방식으로 진행함.

3) 연성 뉴스 증가의 문제점

1) 언론의 공론장 역할 약화

- 언론이 사회적 중요 이슈에 대한 정보를 제공하고, 문제점과 해결점을 제시하는 기능이 약해짐. 이는 언론의 중요 역할인 사회 감시 기능이 약화되는 것은 의미.

2) 민주주의와 시민 정치 후퇴 우려

-시민들의 사회문제에 대한 관심 하락으로 민주주의와 건전한 사회를 유지하는데 필수적인 시민의 사회 감시와 의견 제시 역할이 약화됨.

- 정부, 정치인 등 일부 집단의 영향력이 커져서 건전한 사회 발전이 저해됨.

3) 개인의 프라이버시 침해 가능성 증대

- 언론의 연성기사 경쟁이 치열해지면서 연예인 등 대중의 관심을 끄는 인물, 엽기적인 사건 등에 대해서 지나친 폭로 기사가 많아짐.