

디지털혁명과 전공학문의 진화: 뉴스학(Newsology)의 가능성에 대한 탐색연구*

김성해** 대구대학교 신문방송학과 교수

진민정*** 대구대학교 신문방송학과 박사후연구원

뉴스가 팽창하고 있다. 디지털미디어의 확산과 더불어 뉴스는 마침내 매체의 장벽을 넘었다. 텍스트 중심의 뉴스 포맷은 영상, 오디오와 인포그래픽이 통합된 형태로 발전했다. 뉴스 플랫폼이 다양해짐에 따라 각 플랫폼에 적합한 뉴스 포맷들이 등장했고, 뉴스의 형식이나 내용도 파격적인 변화를 겪고 있다. 스마트폰의 대중화와 더불어 이제 언제 어디서나 뉴스를 접할 수 있게 되었다.

오늘날 우리가 알고 있는 대부분의 학문은 특정한 시기, 사회적 필요성, 기존 연구성과의 축적 및 꾸준한 이론적 정교화라는 공통점을 갖고 있다. 디지털혁명을 통해 뉴스의 일상화가 진행되고 있는 현 시점에서 뉴스에 특화된, 뉴스와 관련한 제반 현상을 논리적으로 이해하기 위한 뉴스학(newsology)을 제기하는 까닭이다. 그러나 기존의 학문이 아닌 뉴스학을 굳이 말해야 하는 이유가 있을까? 뉴스학에서 동원할 수 있는 이론적 및 실천적 자원은 무엇일까? 또한 뉴스학이 비전 있는 학문이 될 것이라는 근거는 무엇인가?

이 글은 크게 세 부분으로 구분되어 있다. 먼저, 과거 심리학, 경제학 및 사회학 등과 마찬가지로 '뉴스'라는 공공재를 둘러싼 생태계, 이해관계자, 현상 및 확장 가능성 등이 성숙하고 있는가를 살펴본다. 그다음으로, 기존의 언

* 이 논문은 한국언론정보학회 2014년 가을철 정기학술대회에서 발표된 내용을 다시 정리하고 보완해 투고한 논문임을 밝힙니다.

** visionofsea@gmail.com, 제 1저자.

*** minjjin@gmail.com, 교신저자.

론학, 커뮤니케이션학 그리고 정보커뮤니케이션학과 뉴스학의 차별성과 특성을 분석한다. 마지막으로, 뉴스학이 전공학문으로 정착할 만한 학문적 자원을 갖고 있는가를 파악하기 위해 이 학문을 구성하는 주요 주제들을 살펴봄으로써 뉴스학의 가능성에 관한 이론적 탐색을 시도하고자 한다.

핵심어: 뉴스학, 디지털혁명, 전공학문, 저널리즘, 커뮤니케이션학, 정보커뮤니케이션학, 뉴스시큐리티, 뉴스리터러시, 뉴스디플로머시

1. 문제제기

디지털 시대, 뉴스는 어디에나 있다. 특정한 매체에 실려 정해진 시간에 전달되던 과거와 달리 뉴스는 24시간 깨어 있다. 굳이 뉴스를 찾아 나서지 않아도 뉴스가 스스로 찾아온다. 뉴스의 형식이나 내용도 파격적인 변화를 겪고 있다. 한편의 드라마와 같은 뉴스, 애니메이션에 담긴 뉴스, 동영상과 인포그래픽을 통한 뉴스는 낯설지 않다. 과거의 뉴스란 말도 틀렸다. 디지털을 통해 구축된 뉴스 아카이브를 통해 과거의 뉴스는 현재의 뉴스와 만나 새롭게 결합된다. 특정한 뉴스가 편집되고 재가공되고 전혀 다른 형태의 뉴스로 포장되는 것도 흔하다.

네이버나 다음 같은 국내 주요 포털 사이트의 메인화면은 뉴스다. 페이스북, 트위터와 야후 등에서도 뉴스는 단골메뉴다. 알고리즘을 이용해 뉴스를 자동으로 수집하거나 직접 뉴스를 제작하기도 한다. 뉴스를 핵심 상품으로 성공적인 비즈니스를 이끌어 간다. 뉴스를 통한 비즈니스 영역은 그 밖에도 다양하다. 가령, 디지털 뉴스조직 중 글로벌 월간 순방문객 수가 가장 많은 <버즈피드>를 비롯해 <허핑턴포스트>, <업위시닷컴>, <바이스미디어>의 방문객과 수익규모는 기존 언론사를 압도한다.¹⁾ 광고를 판매하기 위한 수단으로 뉴스를 활용하는 것이 아니라 <프로퍼블리카>와 <비즈니스인사이드>처럼 뉴스 자체를 통해 대안적 비즈니스 모델을 정착시키는 경우도 많다.

뉴스의 정의도 변하고 있다. 언론이 독자를 위해 일방적으로 뉴스를 공급하는 대신 독자가 직접 뉴스를 선택하고 뉴스 생산에 참여하는 경

1) <뉴스웍>(NewsWhip)의 소셜미디어 뉴스 공유 트렌드와 패턴을 분석한 결과, 2013년 12월 페이스북에서 가장 많이 공유된 미디어 순위는 <버즈피드>, <허핑턴포스트>, <업위시닷컴> 순이었다. 그 다음을 <뉴욕타임스>, <BBC>, <CNN>이 뒤따랐다. 전통적인 뉴스 개념을 갖고 있는 사람들은 <버즈피드>와 <바이스미디어>를 뉴스조직으로 분류하려 들지 않지만 이 두 회사는 뉴스를 우선순위로 간주하고 막대한 투자를 하고 있다. <버즈피드>의 월 순방문객은 2억 명이 넘고, <바이스미디어>의 기업 가치는 25억 달러 규모다(Küng, 2015).

우도 많아졌다. 일상생활의 즐거움을 위해 뉴스를 이용하는 비중도 늘었다. 수시로, 특별히 뉴스를 보겠다는 목적 없이, 때로는 다른 일을 하면서 휴대폰으로 뉴스를 확인하는 새로운 습관은 뉴스의 개념에 변화가 필요하다는 것을 말해 준다(Meijer, 2013).

뉴스의 미래가 그리 부정적이지 않을 것이라는 것 역시 예측할 수 있다. 뉴스는 공동체에 참여하기 위해, 소통하기 위해, 변화에 대응하기 위해 만들어진, 인간에게 꼭 필요한 산물이다. 생명을 가진 유기체가 본능적으로 모든 정보를 교환하는 것처럼 디지털혁명을 통해 모든 것이 연결되고 상호작용하게 되면서 뉴스를 외면하고 살 길은 없다. 1980년대 최초로 24시간 뉴스 시장이 형성된 이래 뉴스 팽창이 지속적으로 유지되는 것을 통해서도 향후 전송수단의 변화와 무관하게 정보시장에서 뉴스가 차지할 비중은 오히려 증가할 것이라는 예측도 가능하다. 자동차가 늘어나면서 관련 법규, 비즈니스 기회, 참여자, 특화된 연구와 관련 전공분야가 파생된 것과 같은 상황이 뉴스에서도 진행될 개연성이 높다. ‘뉴스’를 생산하고 유통하는 조직이나 과정에 대한 학문이 아닌 ‘뉴스’를 중심에 두는 전공학문의 필요성을 제기하는 이유이다. 물론 지금도 언론학, 커뮤니케이션학, 정보커뮤니케이션학 등 뉴스를 다루는 학문은 있다. 그러나 정치학이 경제학, 사회학, 국제관계학, 심리학 등으로 분화했듯, 특정한 분야의 성장에 따른 분화는 필연적인 과정이다.

뉴스학의 가능성을 보여 주는 사례 또한 증가하고 있다. 뉴지엄(newseum)은 미국 워싱턴에 들어선 뉴스 박물관이다. 이곳에는 뉴스의 역사는 물론 주요 뉴스 생산자에 대한 기록이 전시되어 있어서, 민주주의 운영에서 뉴스가 어떤 역할을 했고, 뉴스의 발전을 위해 공동체가 지불해야 했던 비용은 무엇인지를 배울 수 있다. 종이신문, 방송, 카메라, 타이프라이터, 녹음기 등 뉴스를 생산하고 전달하는 데 이용되던 다양한 테크놀로지도 보관되어 있다. 이는 역사, 정치, 경제 및 사회적 관점에서 뉴스를 정리하고, 분석하고, 연구할 수 있다는 가능성을 보여 준다. 전공학문으로 뉴스에 특화된 것은 아니지만 캐나다의 라이

어슨대학(Ryerson University)처럼 홍보전문가와 뉴스 비즈니스 창업자들을 대상으로 ‘뉴스 연구’(news studies) 부전공을 개설한 사례도 있다.

이 글은 크게 세 부분으로 구분된다. 먼저, 과거 심리학, 경제학 및 사회학 등과 마찬가지로 ‘뉴스’라는 공공재를 둘러싼 생태계, 이해관계자, 현상 및 확장 가능성 등이 성숙하고 있는가를 살펴본다. 그다음, 기존의 커뮤니케이션학이나 언론학 또는 정보학이 아닌 뉴스학이 왜 필요한가를 설명하기 위해 이 학문의 차별성과 특성을 분석한다. 마지막으로, 뉴스학이 전공학문으로 정착할 수 있는 학문적 자원을 갖고 있는가를 파악하기 위해 관련 주제 및 기존 학과와는 다른 차별성을 정리하고자 한다.

뉴스학에 대한 제안은 지금까지 시도된 바 없다. 그러나 뉴스를 핵심 주제로 하는 체계적인 학술작업을 시작해야 할 당위와 필요성은 증가하고 있다. 탐색작업에 해당하는 이 논문을 통해 그 가능성에 대한 논의가 진행될 수 있기를 바란다.

2. 전공학문의 탄생과 확산: 뉴스학의 등장 배경

1) 학문의 탄생과 성장과정²⁾

학문(academia)이라는 단어의 어원은 그리스를 위기에서 구한 영웅의 이름, 아카데모스(Akademos)에서 출발한다(Baltes, 1993). 당시 그리스의 왕이었던 테세우스는 나중에 트로이 전쟁의 원인을 제공하기도 했던 12살의 헬렌을 납치했고, 그녀의 두 오빠는 아테네를 공격했다. 아카데모스는 전쟁을 피하기 위해 헬렌의 위치를 몰래 알려줬고 결국 전쟁의

2) 학문의 탄생과 관련한 기본적인 자료는 위키피디아를 참고했다. 또한, 보다 일반적인 지식의 성장 역사 등을 위해 커크 헤리엇(Kirk Heriot)의 *Who we are*(정기문역)(2009). <지식의 재발견>. 서울: 이마고)를 주로 인용했다.

참화를 피했다. 플라톤은 그 이후 아테네 외곽에 있는 올리브 숲에서 학생들을 모아 가르치면서 이곳을 ‘아카데미의 숲’으로 명명했다. 기원전 387년 플라톤은 최초의 아카데미를 개설했고 학문에 대한 정의도 ‘체계적으로 축적된 지식’으로 자리를 잡았다. 학문의 분류는 그의 제자 아리스토텔레스가 처음 시작한 것으로 알려진다(박구용, 2015). 그는 논리학을 제외한 다른 학문을 이론학(theoretike), 실천학(praktike) 및 제작학(poietike) 등으로 세분화했다. 그 밖에 문법학, 논리학/변증법, 수사학과 대수학/산술, 기하학, 천문학, 음악학 등은 중세 이후에 추가되었다. 그러나 관찰과 실험을 통해 검증할 수 있는 일관된 지식으로서의 자연과학이 출현한 것은 유럽 각지에서 파리, 옥스퍼드, 케임브리지, 나폴리, 볼로냐대학 등이 세워지기 시작한 13세기 정도로 알려진다(Heriot, 2009). 로마제국의 지적 자산을 계승한 이슬람 문명, 중동과 유럽의 교류를 가능하게 했던 십자군 전쟁, 1206년 인류 최초로 동양과 서양을 통합한 몽골제국의 수립과 무관하지 않은 변화였다.

제국이 형성되자 중국, 이슬람권과 유럽의 발명품은 자연스럽게 융합되면서 진화의 과정을 겪었다. 중국에서는 의약품이었던 화약이 유럽으로 건너가면서 대량살상 무기가 되었고, 중동 사막지대에서 발전한 광학은 연금술로 이어졌다. 또한 연금술이 화학으로, 현미경의 발달이 미생물의 발견과 현대 의학으로, 또 나침반을 이용한 항해술의 발달이 지리학의 탄생으로 이어졌다. 자연과학과 구분되는 사회과학 또한 15세기 이후의 르네상스를 거치면서 급속하게 성장했다. 박구용(2015)에 따르면 문법, 수사학, 시, 역사와 도덕철학을 묶는 인문학 교육과정도 이를 계기로 확립되었다.

17세기 이후는 지리상 대발견, 자본주의 성장과 제국주의 등을 배경으로 자연과학이 급속하게 확장된 시기였다. 철학이나 신학 또는 병리학 등으로는 설명할 수 없는 분야가 늘어나고 관련 연구가 축적된 결과다. 1648년 웨스트팔리아 평화조약(Peace of Westphalia) 이후 출범한 국민국가(nation-state) 간 경쟁도 한몫을 했다. 예를 들어, 프랑스의 나폴

레옹 군대에 참패한 프로이센은 그 원인을 교육에서 찾았고, 1810년 근대적 체계를 갖춘 베를린훔볼트대학을 설립했다. 교육자이자 행정가였던 빌헬름 폰 훔볼트의 이름을 딴 이 대학은 프리드리히 헤겔, 알버트 아인슈타인 등 유명한 학자를 초빙해 단기간에 세계적 명문으로 부상했으며 독일의 현대화에 결정적으로 기여했다. 경제학, 심리학, 사회학 등이 전공학문으로 자리를 잡게 된 것 또한 이 시기였다.

경제학(economics)은 재화와 서비스의 생산, 유통 및 소비를 이해하고 관리하는 분야다. 가정(house)을 뜻하는 오이코스(oikos)와 질서 혹은 규범이라는 의미의 노모스(nomos)를 합친 말이다. 경제학이라는 용어는 아담 스미스(Adam Smith)가 국가를 부유하게 하는 기술이라는 의미에서 사용한 ‘정치경제학’에서 유래한 것으로 알려진다. 제국주의 시대를 맞으면서 토지사용 대금, 무역에 따른 마찰 및 자본주의 모순 등을 둘러싼 논란이 증가했다. 당시의 대표적인 경제학자로는 비교우위론을 주장한 데이비드 리카도, 농업의 중요성을 강조했던 프랑수아 케네, 〈자본론〉을 쓴 칼 마르크스 등이 있다. 더욱 체계적으로 국가의 재력(wealth), 효율적인 경제관리 및 경제현상 등을 설명하고자 했던 노력의 결과로 ‘공급과 수요의 법칙’, ‘한계효용의 법칙’, ‘합리적 선택가설’, ‘기회비용’ 등의 이론적 자원도 개발했다.

공동체에 대한 이해, 운영방식, 질서와 무질서에 대한 대응책 등을 고민하는 사회학의 뿌리는 깊다. 가령, 사회학의 기초에 해당하는 설문조사(survey)의 효시는 1086년 발간된 *Domesday Book*으로 알려진다. 사회학(sociology)이라는 단어는 공동체 혹은 동료라는 의미의 라틴어 ‘socius’와 지식 혹은 연구라는 뜻을 가진 ‘logy’의 합성어다. 영국의 철학자 존 로크(J. Locke)와 프랑스의 장-자크 루소(J.-J. Rousseau)의 철학으로부터 많은 영향을 받은 에마뉘엘 조제프 시에예스(Emmanuel Joseph Sieyès)가 이 용어를 처음 사용했다(Guilhaumou, 2006). 전공학문으로 사회학이라는 용어를 확산시킨 이는 오귀스트 콩트(Auguste Comte)로, 과학자이기도 했던 그는 1838년 ‘사회 물리학’(social

physics) 이란 명칭을 먼저 사용했다.

학문의 탄생과 진화과정은 심리학에서도 예외가 아니다. 현미경이 발견되기 이전까지 세균과 박테리아와 같은 미생물의 존재는 알려지지 않았다. 전쟁에서 다친 사람이나 신체 부위에 문제가 있는 경우 피가 멈출 때까지 방치하거나 무당과 같은 초자연적인 힘에 의존했던 것도 이 때문이다. 심리학은 인간의 정신과 행위를 이해하기 위한 분야로 초기에는 병리학과 구분되지 않았다. 꿈이라든가 무의식과 같은 개념이 등장하기 전 정신세계를 이해하기 위한 유일한 실마리는 철학과 생물학이었다. 근대 심리학의 아버지로 불리는 빌헬름 분트(Wilhelm Wundt)가 지각반응이나 감각을 연구한 생리학자 출신인 것은 우연이 아니다.

심리학(psychology)의 어원은 그리스 신화에 나오는 사랑의 신 에로스(Eros)의 아내로, 사랑과 영혼의 여신으로 불리는 프시케(Psukhē)다. 프시케를 영어식으로 표현하면 사이키(psych)가 되는데 정신, 영혼, 생명 등을 뜻한다. 대표적인 학자로는 빌헬름 분트, 지그문트 프로이트(Sigmund Freud), 스탠리 홀(Stanley Hall), 윌리엄 제임스(William James) 등이 있다. 분트는 1879년 독일의 라이프치히대학에서 세계 최초의 심리학 실험실을 세웠고, 프로이트는 1899년 <꿈의 해석>이라는 책을 발간했으며, 홀은 미국 클라크대학에서 프로이트를 초청해 미국 심리학을 독립시킨 것으로 유명하다. 그 밖에, 반복 가능하고 객관적인 행동을 연구대상으로 해야 한다고 주장한 행동주의 학자들로 존 왓슨, 이반 파블로프, B. F. 스키너 등이 있다. 그중에서도, ‘파블로프의 개’는 자극에 대한 반응(즉, 종소리를 들으면 침을 흘리는)을 보여 주는 심리학의 대표적인 실험으로 널리 소개된 바 있다. 오늘날 우리가 알고 있는 대부분의 전공학문들은 이처럼 특정한 시기, 사회적 필요성, 기존 연구성과의 축적 및 꾸준한 이론적 정교화라는 공통점을 갖고 있다.

다른 전공학문의 성장과정과 마찬가지로 뉴스학에 대한 체계적이고 종합적인 그림을 그리기는 아직 힘들다. 실제로, 아담 스미스(Adam Smith), 프랑수아 케네(François Quesnay) 및 데이비드 리카르도(David

Ricardo) 등이 활약하던 18세기 당시, 이들은 경제학자로 명명되지도 않았다. 그러나 특정 학문의 성립조건에 해당하는 역사적 배경, 시대적 변화, 새롭게 부각된 문제들, 지적 관심사 등은 공통적으로 지적할 수 있다. 뉴스학이 태동의 단계에 들어섰다는 징조는 많다.

2) 디지털혁명과 뉴스 생태계의 변화

(1) 전통 저널리즘의 쇠퇴와 디지털 신생매체의 증가

미국과 유럽처럼 디지털 기술이 발달한 나라들의 경우, 수십 년 전부터 전통적인 언론조직에서 일하는 직업기자들의 상황이 갈수록 악화되고 있다. 퓨리서치센터(Pew Research Center)에 따르면 미국 인구는 계속 증가했지만 1990년 이후 신문 발행부수는 25% 이상 감소했다. 미국 3대 지상파방송의 저녁 뉴스 시청자는 절반 이상 줄었다. 그리고 2012년 미국 신문들이 고용한 언론인 수는 21세기가 시작되던 때에 비해 30% 가량 줄었다(Stephens, 2015).

정부가 적극 지원하는 유럽의 경우, 전통 언론사의 쇠락은 상대적으로 덜 드러나고 있지만 그렇다고 위기에서 자유로운 것은 아니다. 2012년 1월, 프랑스의 유력 경제 일간지 <라 트리뷴>(La Tribune)은 재정난에 허덕여 종이신문을 폐간했고, 오랜 전통의 일간지 <프랑스 수아르>(France Soir)는 2011년 12월 신문발행 중단에 이어 이듬해 7월 파산을 선고했다.

디지털 모바일 혁명과 더불어 점점 독자들은 신문이 아닌 디지털 매체로 이동하고 있다. 한국의 경우, <2013년 국내 언론 수용자들의 신문기사 이용경로 추이>에 따르면 신문 기사를 보는 경로 중 가장 높은 비율이 나온 것은 모바일(55.3%), 그 다음이 PC(50.7%)였고, 신문은 33.8%에 그쳤다.

저널리즘과 전통적인 뉴스조직은 위기에 처했지만 그렇다고 뉴스 자체가 위기인 것은 아니다. 인류 역사상 가장 강력한 정보기술은 뉴스에

큰 혜택을 줬다. 웹은 엄청나게 다양한 정보원으로부터 아주 다양한 사건에 관한 이야기를 수집한 뒤 여러 방식으로 빠르고 광범위하게 전파한다. 많은 전문가들은 19세기 중반 이래로 이어진, 거대기업을 만들어 뉴스나 뉴스에 붙어 있는 광고를 판매하는 방식으로는 저널리스트들이 생계를 유지하기 힘들 것이라고 예측한다(Stephens, 2015). 이를 반영하듯 최근 몇 년 전부터 저널리스트들이 기존의 전통 저널리즘 조직을 빠져나와 새롭게 만든 디지털 신생매체들이 끊임없이 등장하고 있다. 디지털 저널리즘의 성공사례들을 살펴보면 대부분은 몇몇 저널리스트들이 혁신적인 프로젝트를 통해 만든 신생매체가 퀄리티 저널리즘을 통해 독자들의 신뢰를 얻고, 기존 매체에서 볼 수 없는 새로운 뉴스 주제를 통해 유료 독자층을 형성하는 모습을 보인다.

2014년 이탈리아의 페루자에서 열린 세계 저널리즘 축제에서는 <업샷>(Upshot) 과 <538>, <더 인터셉트>(The Intercept) 등 미국의 신생사이트와 함께 네덜란드의 <드 코레스폰덴트>(De Correspondent)가 가장 주목을 받았다. 이들은 광고에 의존하지 않는 독립적인 웹 기반 뉴스 사이트로 특종을 쫓는다거나 정기적인 속보를 발행하지 않으면서 뉴스의 새로운 프레임과 모델을 제안한다. 예컨대 <드 코레스폰덴트>는 <뉴욕타임스>의 네덜란드 버전이라 불리는 <NRC 한텔스블라드>의 아침판 편집장이었던 로브 위즌버그(Rob Wijnberg)를 비롯한 4명의 기자가 주축이 되어 2013년 크라우드펀딩을 통해 창간된 매체이다. 이미 스타 저널리스트였던 이들은 이 새로운 매체가 그 어떤 매체보다 더 독립적일 것이라는 믿음을 부여하는 데 성공했고, 창립 당시 170만 유로의 기금과 2만 6천여 명에 이르는 정기구독자(1년에 60유로)를 모집했다. 그리고 2015년 11월에는 유료독자가 4만 2,500여 명으로 늘었다. 이른바 ‘롱폼 저널리즘’(long form journalism)을 구현하는 <드 코레스폰덴트>는 언뜻 보기에는 그리 중요해 보이지 않지만 실제로는 우리 사회를 변화하게 하는, 독자들을 둘러싼 일상의 일들에 초점을 맞추는 뉴스 주제로 각광 받고 있다.

이러한 경향은 지속적으로 증가하고 있다. 프랑스의 경우, 저널리즘 스쿨을 갓 졸업한 젊은 저널리스트들이 텍스트 기사를 뛰어넘어 새로운 형식의 멀티미디어 프로젝트를 시도하고 있다. <르 카트웨르>, <월리스>, <이즈버그 매거진> 등이 그 사례이다. 이들은 발로 뛰는 저널리즘을 통해 ‘진짜 이야기’를 전달해 보겠다는 열정으로 만든 온라인 유료매체들로 매일 새로운 기사를 계속해서 써내야만 하는 기존 신문의 문법에서 벗어나 새로운 방식으로 멀티미디어 심층 뉴스를 제안하고 있다. 2015년에는 <리베라시옹> 출신 기자 11명이 <레주르>(Les Jours)라는 새로운 매체를 만들기도 했다. 이슈를 한 번 물면 끝까지 놓지 않겠다는 의미의 ‘옵세셔널 저널리즘’ 구현을 약속하며 운영기금 마련을 위해 크라우드펀딩 캠페인을 시작한 <레주르>는 불과 일주일 만에 목표액 5만 유로와 만 명가량의 후원회원을 달성했다(진민정, 2015).

제1세대 인터넷신문이라 할 수 있는 <메디아파트>(Mediapart)의 성공 역시 이러한 시도를 자극했다. 2008년 3월 <르몽드>의 전 편집국장 에드위 플레넬(Edwy Plenel)이 3명의 저널리스트와 함께 창간한 <메디아파트>는 창간한 지 몇 년 만에 프랑스 탐사 저널리즘의 상징으로 자리매김했으며, 2014년 9월 26일, 견고한 독립 언론이 되기 위해 창간 당시 목표했던 구독자 10만 명을 돌파했다.

이처럼 미래가 불투명한 전통 뉴스조직에서 빠져나와 디지털에서의 새로운 실험을 시도하는 저널리스트들은 끊임없이 증가하고 있다. 혁신적인 변화를 시도하는 전통 뉴스조직 또한 존재한다. 131년 전통의 캐나다 언론사인 <라 프레스>(La Presse)는 2016년 1월 1일부터 종이신문을 발행하지 않기로 했다(Petit, 2015). 뉴스 콘텐츠를 디지털로만 발행하기로 한 것이다. 물론 종이신문 발행을 중단한 사례는 무수히 많다. 그러나 <라 프레스>의 선언이 특별했던 것은 디지털로의 전환이 위기로 인한 어쩔 수 없는 선택이 아니라 오래 전부터 준비해 온 단계적인 전환이었기 때문이다. 이러한 상황에서 저널리즘의 미래가 디지털에 있다는 것을 의심할 여지는 없어 보인다.

(2) 뉴스 수용자 지위의 변화

Web 2.0은 수많은 네티즌들의 정보 생산과 배포를 가능케 했다. 누구나 적은 비용으로 쉽게 인터넷상에서 자신만의 매체를 가질 수 있는 상황은 수많은 인터넷신문과 블로그를 양산했다. 또한 자신만의 매체뿐 아니라 댓글이나 포럼, 온라인 커뮤니티 등의 활성화는 이용자들이 하 여금 쉽고 간단한 방법으로 정보와 의견을 교환할 수 있게 했다. 모바일과 소셜미디어의 대중화는 이러한 현상을 더욱 가속화하고 있다.

뉴스 수용자의 지위가 변화하면서 저널리즘에서 수용자의 참여가 필수적인 요소가 됨에 따라 독자의 참여를 다양화하는 매체들이 늘고 있다. 이들의 목적은 명확하다. 독자의 참여를 통해서 대안적인 콘텐츠를 이끌어내고 무엇보다 충성도 높은 독자와의 신뢰를 구축하겠다는 것이다. 상업적으로도 독자의 참여가 늘면 독자 기반은 더 커지게 되고 디지털 수익도 증가할 가능성이 크다.

영국의 대표 일간지 <가디언>은 웹사이트에 독자의 참여를 위한 다양한 공간을 마련하고 있다. 커피숍 #GuardianCoffee'를 비롯해 시민들과의 협업을 통해 만들어 가는 '오픈 저널리즘'을 실험하는 <가디언>은 매일 아침 독자에게 편집회의를 공개하며, 오전과 오후에 출고될 기사의 대략적인 내용을 취재기자가 수시로 업데이트한다. 또한 트위터를 통해 정치칼럼에 대한 의견부터 가장 무서운 공포영화를 선정하는 것까지 독자가 흥미롭게 참여할 수 있는 다양한 방법을 선보이고 있다.

프랑스는 인터넷 독립매체를 '참여 저널리즘 사이트'라고도 칭할 만큼 대부분의 매체가 독자와 적극적으로 지속적인 상호작용을 통해 뉴스를 제공한다. 독자들은 뉴스 생산뿐 아니라 뉴스를 고안하고 배포하는 데도 적극적으로 참여한다. <뤼89>(Rue89)나 <뉴스라이징>(Newsrising) 같은 사이트는 편집회의의 과정에 독자를 참여하게 한다. <미디어파크트> 역시 구독자가 자유롭게 편집의 과정에 참여할 수 있도록 '열린' 편집을 원칙으로 한다. 대화창을 통해 기자들에게 독자들이 기사의 주제나 레이아웃을 선정해 준다거나 기사의 방향에 대해 코멘트 하는 방식으로 참여가

이루어진다.

독자들의 참여 독려와 투명한 편집방식은 프랑스 인터넷신문으로 하여금 독자와의 커뮤니티를 형성하는 데 큰 역할을 하고 있다. 예를 들어, <미디어파르트>의 독자 참여 모델에 관한 한 연구에 따르면, 독자들은 기존 언론의 폐해를 인식하고, <미디어파르트>의 저널리스트들과 그 뜻을 공유하는 것으로 나타났다. 또한, 독자와 편집팀이 밀도 있는 커뮤니케이션 과정을 통해 ‘지적 역동성’을 만들어 간다고 평가한다 (Canu & Datchary, 2010). 이러한 독자들과의 긴장감은 인터넷 독립 매체로 하여금 전통 언론과는 차별성 있는 정보를 제공하려는 노력을 부추긴다.

때론 독자 의견을 통해 기사에서 언지 못한 소중한 정보를 얻을 수 있기에 독자의 댓글을 독려하는 매체들도 점점 늘고 있다. 예를 들어, <뉴욕타임스>는 지속적으로 양질의 댓글을 다는 독자들에게 “신뢰할 만한 독자”(trusted)라는 표시와 체크 마크를 이름 옆에 붙여 주는 ‘레벨업’ 시스템을 2011년 도입했다. 이러한 댓글은 독자뿐만 아니라 기사를 작성한 기자도 이들의 의견에 쉽게 답할 수 있어 양방향 소통이 가능하게 된다. <뉴욕타임스>의 목표는 독자와 기자 사이의 경계를 없애고 독자가 스토리의 일부가 되도록 하는 것이다.

<드 코레스폰덴트>가 양질의 정보를 위해 택한 전략은 독자를 가장 중시하는 것이다. 독자는 잠재적인 전문가이고 취재원이기 때문이다. 그러므로 이들은 대화 리더로서의 저널리스트의 역할을 강조한다. 또한 독자의 코멘트 역시 ‘기고’(contribution)라고 지칭한다. 디지털 저널리즘 시대에도 기술보다는 자세가 더 중요하므로 어떤 용어를 사용하느냐에 따라 독자를 대하는 방식도 달라질 수 있다는 것이다(진민정, 2015).

댓글뿐 아니라 독자들에게 의한 기사 수정을 제안하는 매체도 존재한다. 이러한 방법은 <BBC>와 같은 전통미디어와 디지털 네이티브인 미국의 비즈니스 전문 사이트 <쿼츠>(Quartz)도 동시에 사용하고 있다. 2012년에 런칭한 신생매체이지만 <이코노미스트>, <블룸버그>와 경쟁

하는 <퀴츠>는 독자들이 업데이트를 하고 심지어는 스토리를 고칠 수 있도록 ‘주석’ 서비스를 제시했다. 이는 독자들이 기사의 맨 마지막 공간에 코멘트를 남기는 대신, 기사 바로 옆에 위치한 특정 지점에 코멘트를 남기거나 고치도록 하고, 그것을 친구들과 공유하도록 허용하는 방식이다(Meade, 2014).

이처럼 웹이 뉴스의 기본 플랫폼으로 자리 잡고 뉴스 수용자의 지위가 달라지면서 저널리스트의 기능과 역할에도 중대한 변화가 일어나고 있다.

(3) 전문적 뉴스 생산자에게 요구되는 자질의 변화

뉴스가 어디에나 널려 있는 디지털 시대에 뉴스의 가치는 하락했다. 더불어 저널리즘에서 중시되던 가치들도 변화하고 있다. 오랫동안 저널리즘의 규범으로 인식되던 객관성과 공정성에 대한 시각도 예전과는 달라지고 있다. 디지털 시대에는 팩트를 빠르게 전달하는 행위만으로는 뉴스 비즈니스를 지속할 수 없다. 특히 다양한 플랫폼을 통해 전달되어 이미 알려진 뉴스정보를 그 다음날 아침 전달하는 종이신문의 경우 단순한 뉴스보도가 가치를 갖기는 힘들다. 여전히 종이신문을 고집하는 사람들이 존재하기는 하지만, 디지털 기술에 점점 익숙해지는 대중들이 언제까지 어제 뉴스를 읽기 위해 종이신문을 구독할지는 미지수다. 더군다나 누구나 정보 전달자로서 기능할 수 있는 웹에서는 전문가나 아마추어들이 제공한 풍성한 뉴스를 심심치 않게 접할 수 있다. 이제 독자는 저널리스트의 협업대상이면서 경쟁상대가 된 것이다. 스티븐스(Stephens, 2015)는 따라서 저널리스트들이 덜 혼하고 덜 저렴한 것을 공급해야만 한다고 주장한다. 어떤 일이 벌어지고 있는지 전해 주는 것만이 아니라, 현재 진행되는 것들에 대한 현명한 인식을 제공하는 역할을 해야 한다는 것이다. 그는 이러한 저널리즘을 ‘지혜의 저널리즘’(wisdom journalism)이라 명명한다.

페이스북, 트위터 등을 통해 확대된 실시간 보도 역시 기자의 사실보

도가 갖는 매력을 감소시키고 있다. 반면 맥락과 분석을 전달하는 기사의 중요성은 점점 높아지고 있다. 이를 반영하듯 기존의 매체들이 제공하는 뉴스와는 달리 지속적인 업데이트를 통해 심층 뉴스를 제공하는 매체들도 등장했다. <CBS>의 중동 통신원이었던 라라 세트라키안(Lara Setrakian)의 <시리아 디플리>(Syria Deeply) 역시 이 사례에 해당된다. <시리아 디플리>는 시리아에 관련된 사이트로, 데일리 뉴스와 다른 매체에 실린 시리아 관련 최고의 기사를 링크한다. 또한 현장 통신원들과의 대규모 네트워크 덕분에 가능해진 르포 보도를 제공하며 변화하는 시리아 상황을 시각적 데이터로 보여 준다. 대다수의 뉴스 매체가 대략적인 내용을 다루는 데 반해, <시리아 디플리>가 제시하는 “심층적이고 지속적인” 시리아 관련 뉴스정보는 전쟁과 시리아의 역사에 대해 설명하고자 하는 교사들의 교육적 자료로도 활용된다(Vinogradoff, 2014).

에즈라 클레인(Klein)은 “언론인들은 지금 무슨 일이 일어나고 있는지를 보도하는 능력은 그 어느 때보다 뛰어나지만, 일어난 일을 이해하는데 필요한 중요한 맥락을 제공하는 능력은 턱없이 떨어진다. 정보의 선전도에 대한 강조가 타협임을 인정하지 않고 중요한 덕목인 것처럼 취급한다”라고 비판하면서 “저널리스트들이 자신이 쓴 글을 지속적으로 업데이트해서 그 자체가 해당 토픽에 대한 최종 리소스가 되도록 책임감을 갖는 게 중요하다”고 주장한다(<The New York Times>, 2014).

이처럼 한 주제에 관한 풍성한 정보와 다양한 서술방식을 제공하고, 주로 틈새시장을 공략하며 뉴스의 특정 주제를 파고들어 심층화하고 때로는 전망도 제시하는 매체들이 늘고 있다. 이들은 또한 뉴스 생산에 텍스트, 사진, 동영상, 데이터 시각화, 그래픽 등 다양한 멀티미디어적 장치들을 동원한다. <로이터>의 경제전문 블로거였던 펠릭스 살몬(Salmon)은 “이들은 내용 없는 정보, 꼬리에 꼬리를 무는 정보를 끊임 없이 생산해서 사이트를 채워야 한다는 강박관념에서 벗어나 있다. 먼저, 꼭 새로운 것은 아니더라도, 중요한 주제를 선정하고 그 이후에 심층 정보로 가공한다. 아무리 중요한 주제라 하더라도 이에 대한 뉴스가

날마다 발생하지는 않기 때문이다”라며 이 새로운 경향에 대해 설명한다. 이처럼 더 이상 마감도 완성된 기사도 없이 끊임없는 업데이트를 통해 풍부한 정보를 전달해 주는 이러한 경향을 일컬어 ‘새로운 해설 저널리즘’(new explanatory journalism)이라고 한다(Scherer, 2014).

아울러 웹은 종이와 지면의 한계를 벗어나 풍부한 보도를 할 수 있는 가능성과 더 나은 지식을 제공할 수 있는 가능성을 제공한다. 그러므로 디지털 시대의 뉴스는 단순한 텍스트에서 벗어나, 보여 주고 이야기해 주는 새로운 스토리텔링을 필요로 한다. 이제 저널리스트들에게는 멀티미디어와 웹 기술을 활용한 뉴스 콘텐츠 형식을 이용해 독자들의 이해를 돕고 관련 주제에 관한 흥미를 부여하는 일도 중요해졌다. 특히 2005년 이후에 창간된 디지털미디어 스타트업들은 혁신적인 형태를 갖추고 기술적 차원을 중시하면서 기술과 저널리즘의 통합을 위해 노력 중이다. 이들은 콘텐츠 자체만이 아니라 콘텐츠를 전달하는 방식도 마찬가지로 중시한다. 전통 저널리즘이 위기에 빠져 있다면 이들은 기존의 강력한 미디어 기업을 공격하고 미디어 지형을 새롭게 재구성하고 있다. 예를 들어, 이베이(eBay)의 공동창업주 피에르 오미디아르(Pierre Omidyar)가 설립한 <퍼스트룩 미디어>(First Look Media)에는 글렌 그린왈드(Glenn Greenwald), 로라 포이트라스(Laura Poitras)와 같은 유명언론인뿐 아니라 가장 저명한 데이터 분석가와 비주얼 디자이너, 그리고 기술자들이 함께한다. 저널리즘의 본질을 구현하면서 동시에 영리를 목적으로 한 본격적인 미디어 기술조직을 처음부터 함께 고려한 것이다.

<워싱턴 포스트>에서 디지털미디어 스타트업인 <복스 미디어>(Vox Media)로 자리를 옮긴 에즈라 클라인은 기술과 인력은 독자층의 확보를 위한 결정적인 요소라고 주장한다. 실제로 <복스 미디어>는 2013년 총 독자 수에서 <월스트리트저널>을 앞지르기도 했다(김영욱 외, 2014). 기존 언론사들의 디지털 인력 채용에서는 저널리즘에 대한 이해도를 평가하지 않고, 기자 채용에서는 디지털 역량을 중시하지 않는 관행이 지

속되는 반면, 이 신생매체들은 디지털 우선 전략을 위해 모든 역량을 동원하고 있다.

〈뉴욕타임스〉는 혁신보고서에서 “(저널리스트들이) 웹에서 어떻게 글을 써야하는지 본능적인 감각을 가지고 있어야 하고, 모바일이나 소셜 스토리텔링에 주저함이 없어야 하고, 데이터를 다루는 데 능숙해야 하고, 온라인과 오프라인에서 독자들과 소통하려는 열망이 있어야 하며, 경쟁지형의 미묘한 변화를 이해할 수 있어야 한다”고 말했다(〈The NewYork Times〉, 2014).

이처럼 디지털 시대에는 저널리스트들에게 요구되는 자질이 변화 중이다. 더군다나 모바일로 뉴스를 소비하는 독자층이 넓어지면서 평범한 뉴스 기사는 점점 더 외면당하고 있다. 이제 저널리스트들은 누구나 얻을 수 있는 정보 대신 시사문제를 제대로 이해하도록 도와주는 기사를 제공해야 하고, 이를 효과적으로 제공하기 위해 디지털 마인드를 가져야 한다. 디지털 시대의 저널리스트들은 이전까지와는 완전히 다른 새로운 범주 안에서 자신들의 직업을 재조명해야 하는 상황에 처한 것이다.

3. 뉴스학의 정체성

정보(information)나 커뮤니케이션(communication)이라는 개념이 19세기 후반에 와서야 현재의 의미를 갖추게 되었다면(Stephens, 2010), ‘현재 일어나는 정보’의 의미로 뉴스(news)가 사용되기 시작한 지는 600년이 넘었다(Plamer & Nicey, 2011). 뉴스학은 여기에 ‘체계적인 논리’ 혹은 ‘학문’이라는 의미의 ‘logy’가 합쳐진 것으로 ‘뉴스로지’(newsology)로 명명할 수 있다. 뉴스로지는 구체적으로, 뉴스라는 대상 자체만이 아니라 뉴스와 관련된 생활의 변화, 뉴스가 개입하는 다양한 영역, 뉴스를 매개로 진행되는 정치, 경제와 문화 등을 포괄적으로 이해하기 위한 논리적 일관성과 체계를 가진 학문이라는 의미를 갖는다. 뉴스에 대

해서만이 아니라 뉴스를 매개로 하는 활동을 공동체의 본질적 영역의 하나로 전제한다는 점에서 뉴스 연구(news studies)보다 훨씬 포괄적인 개념이다.

위에서 살펴본 것처럼 심리학과 경제학 등이 산업혁명과 무관하지 않았다면 뉴스학은 디지털혁명을 배경으로 한다. 즉, 뉴스 생태계의 변화, 뉴스가 영향을 미치는 영역의 확산, 뉴스로 인한 공동체의 변화 등을 체계적으로 이해하기 위한 필요성에서 출발한다. 기존의 언론학이나 저널리즘 교육이 관련 분야에 종사하는 일부를 위한 전공이었다면, 뉴스학은 공동체 구성원 모두를 대상으로 하는 보편적인 학문에 해당한다. 다시 말해 민주주의를 제대로 운영하기 위해 정치, 경제, 과학 및 환경 등에 대한 건전한 상식이 필요한 것처럼 뉴스에 대한 이해가 불가피하다는 인식에서 출발한다. 그렇다면 기존의 언론학 혹은 커뮤니케이션학이 존재하고 저널리즘 교육의 필요성도 증대되는 이 시기에 굳이 뉴스학의 필요성을 제기하는 이유는 무엇인가? 뉴스학은 이들과 어떤 점에서 구분될 수 있을까?

1) 언론학(言論學)의 문제들

학문의 영역이 확장되면 초창기부터 사용하던 명칭이 적합하지 않게 되는 경우가 많은데 언론학이 바로 그런 경우에 해당한다.³⁾ 미국에서는 커뮤니케이션학이라는 명칭이 널리 사용되고 있지만 한국에서는 순수 우리말로 커뮤니케이션이라는 개념의 의미를 살리기 힘들기 때문에 의미가 한정된 ‘언론학’이라는 명칭이 공식적으로 사용되고 있다. 포괄

3) 언론이라는 우리나라 말의 의미가 너무 좁기 때문에 사회과학으로서의 언론학의 정체성이 잘 드러나지 않는다. 언론은 한자의 뜻 그 자체로는 “말하여 논함”이라는 의미이며, 사전적 의미로는 말이나 글로 자기의 생각을 발표하는 것이다. 그러나 일반적으로 언론은 취재, 보도, 논평 등 일련의 조직적인 언론활동을 다 포함한다 (최선열·유익선, 2004).

적으로 보면 언론학은 인간의 커뮤니케이션 현상 전체를 연구대상으로 하지만, 사회제도로서 매스미디어의 비중이 워낙 크고 그 영향력이 증대함에 따라 매스 커뮤니케이션 현상이 언론학의 핵심적 연구대상으로 인식되어 왔다(최선열·유의선, 2004).

1954년 홍익대학교가 신문학과를 만들면서 시작된 한국의 언론학 교육은 지속적으로 그 외연을 확대해 왔다. 1990년대 들면서 관련학과가 급격히 늘어났고, 현재는 전국에 걸쳐 백여 개 이상의 대학에 언론학 유관 학과가 설치된 것으로 추산된다. 신문 산업이 주류를 이루던 당시의 미디어 상황을 반영해 신문학과로 시작한 언론학 교육은 미디어 산업 시장의 변화와 더불어 신문방송학과, 언론홍보학과, 방송홍보학과, 미디어학과, 커뮤니케이션학과 등 다양한 명칭으로 불린다. 오늘날 미디어 산업은 디지털 시대를 맞이하면서 급격하게 변화 중이다. 신문이나 방송과 같은 전통 매체는 더 이상 성장할 수 없는 상황에 이른 반면, 디지털미디어 시장은 끊임없이 팽창하고 있다. 그러나 국내 언론학 교육은 디지털혁명에 따른 복합플랫폼에 대한 적응력은 물론 독자의 변화, 정보의 고급화, 집단지성의 등장과 같은 변화에 제대로 적응하지 못한다는 비판을 받는다(김성해·이봉현, 2012). 다양한 직업영역으로 세분화시키지 않은 채 백화점식으로 커뮤니케이션의 모든 분야를 한 전공으로 묶어 가르치는 것이 과연 올바른 방식인가에 대한 문제제기도 아주 오래 전부터 존재했다(이강수, 1973; 이재경, 2005; 김성해, 2007). 그러나 이보다 더 큰 문제는 언론학의 연구와 교육 영역이 방대해짐에 따라 상대적으로 언론학의 본령인 저널리즘 분야가 소외되고 있다는 것이다.

양승목(2009)에 의하면 1960년대 중반 이후 한국 언론학은 인쇄매체 중심에서 점차 방송을 포함한 매스컴 연구로 확대되었고, 광고, PR, 여론, 선전 등에 대한 학문적 관심도 증가하기 시작했다. 1970년대에는 언론학의 연구영역이 확대되어 모든 형태의 인간 커뮤니케이션이 언론학의 연구대상으로 규정되기에 이르렀다. 또한 미국의 커뮤니케이션 연구현황이 적극적으로 소개되면서 언론학은 점차 ‘커뮤니케이션 학문’으

로 그 정체성이 변화되었다.

이처럼 신문학에서 커뮤니케이션 학문으로 그 영역이 확장되는 과정에서 신문학은 언론학의 한 부분영역으로 바뀌었으며 저널리즘 연구 또한 위축되고 있다는 의견이 많다. 게다가 전통적인 언론사의 고용사정이 악화되고 언론에 대한 학생들의 선호도도 낮아지면서 대학에서 저널리즘 교육은 소외되고 있는 상황이다(김성해·이봉현, 2012; 강명구, 2013). 아울러 문종대(2001)는 미디어 산업에서 경제적 가치가 높은 방송, 사이버 산업 및 광고 산업이 급성장하면서 이 분야들의 지식시장의 수요가 급증하고 관련 분야의 연구는 증가한 반면, 언론학의 전통적인 연구 분야인 저널리즘에 대한 연구는 다른 연구영역에 비해 축소되고 있다고 우려했다. 특히 매체 산업이 필요로 하는 인력시장의 수요에 따라 산업예비군을 육성하는 대학의 커리큘럼에도 변화의 바람이 불었는데, 그 결과 저널리즘 분야보다 산업수요가 많은 TV 및 광고, 뉴미디어 관련 연구자 수요를 창출하면서 이 분야들의 지식생산을 촉진했다고 평가한다. 그는 저널리즘 연구가 양적으로 축소되었을 뿐 아니라 질적으로도 저하되었다는 점을 강조했다. 그의 연구결과에 따르면 1999년과 2000년 언론학에서 저널리즘 분야의 연구는 상대적으로 축소되었고, 이 분야의 연구가 뉴스 연구에 편중되어 있기는 하지만, 뉴스 선택과정에 대한 정치·경제·사회학적 접근, 뉴스의 사회적 영향 및 기능에 대한 사회학적 접근, 그리고 뉴스 프레임 형성과 변화에 대한 사회구조적 원인에 대한 거시적 접근 등 다양한 연구가 이루어지지 않는 것으로 나타났다.⁴⁾ 또한 언론사, 언론법제, 언론사상에 관한 연구 역시 대부분 방법론적 편의성을 추구한 연구들로, 거시이론이나 학문 간 연구결과에 기반을 둔 논문은 소수인 것으로 나타났다.

4) 문종대(2001)는 한국언론학 관련 연구논문을 학회지를 중심으로 1991년부터 2000년까지 분석했는데, 그 결과 방송 관련 논문이 30%, 신문 14%, 뉴미디어 12%, 광고 4% 순으로 나타났으며 뉴미디어 및 광고 관련 논문은 지속적으로 증가추세를 보였다.

언론을 등한시하는 이러한 경향은 국내 뉴스 산업의 위기와 더불어 더욱 심각해지고 있다. 강명구(2013)의 분석에 따르면 2000년 이후 임용된 언론학 분야 교수의 대부분은 미국에서 유학을 하고 광고, 홍보, 뉴미디어, 콘텐츠 등을 전공했으며 연구주제도 미디어 산업과 광고 및 홍보에 치중되어 있다.⁵⁾ 전공자 수에 비해 저널리즘과 관련된 연구는 적지 않지만 프레임분석이나 내용분석과 같은 계량적 연구가 많은 반면, 저널리즘의 이념과 철학에 대한 이론적 논의나 한국 언론의 현실에 대한 거시적 분석은 미비했다. 취업에 도움이 되는 응용 분야를 전공한 교수를 집중적으로 임용함에 따라 언론·미디어와 사회의 관계를 분석하는 이론적 지향의 연구자들이 대학 강단에 진입하기 어려워졌고, 언론학에서 저널리즘 분야의 연구 역시 양적으로 혹은 질적으로 쇠퇴하고 있다.

2) 커뮤니케이션학, 정보커뮤니케이션학 및 언론학의 한계를 넘어

학문은 필연적으로 그 연구대상에 따라 정의 내려지기 때문에(Lévy, 1998), 뉴스와 저널리즘 영역의 축소는 한국 언론학의 정체성 문제를 양산할 수밖에 없다. 이미 신문학으로 출발할 때부터 한국 언론학은 그 정체성이 모호하다는 문제의식이 지속적으로 제기되어 왔다(이강수, 1973; 최선열, 2001). 그러나 뚜렷한 돌파구를 찾지 못한 채 오늘날 언론학의 정체성 문제는 더욱 심각한 수준에 이르렀다. 유선영(2014)은 그

5) 강명구(2013)의 연구결과에 따르면 2000년대 이후 임용된 교수 115명 중 광고/홍보 분야가 26.1%로 가장 많았고, 그다음으로 뉴미디어(17.4%)와 영상 커뮤니케이션(8.7%), 방송 콘텐츠 분야(7.8%) 순이었다. 이 중 저널리즘 전공은 7%에 불과했다. 아울러 언론 법제/윤리 관련해서는 2000년대 이후 신규채용 교수가 전무한 것으로 나타났다. 또한 이들의 연구주제는 주로 광고(6.5%)/홍보(8.4%) 분야와 뉴미디어(11.7%), 영상 커뮤니케이션(7.4%)과 관련되어 있었으며, 언론 법제/윤리 관련 논문은 총 2건(0.6%)에 그쳤고, 커뮤니케이션 사상/이론(7건, 2.3%)과 역사 연구(3건, 1.0%)도 매우 낮은 비율을 차지했다.

원인을 다음과 같이 평가한다.

1990년대 이후 커뮤니케이션 테크놀로지가 추동하는 새로운 변화들을 수용하면서 언론학의 영역은 기술을 매개로 한 다양한 변화들, 즉 정보의 생산과 유통, 뉴미디어의 출현과 산업적 재편, 새로운 유형의 수용자 등장, 사회적 관계와 조직화의 재편, 변화하는 문화지형과 콘텐츠, 시공간의 압축에 따른 정보와 문화의 지구적, 국제적, 사회적 교류와 순환을 아우르는 방식으로 더욱 더 확장되었고, 이로 인해 저널리즘을 근간으로 한 전통적 연구영역들로부터 멀어지고 언론학의 기본영역들을 주변화하기 시작하면서 언론학의 정체성은 점점 더 모호하게 되었다.

핵심 지식이 명쾌하지 않고 다른 학문과의 경계가 불투명하다는 것은 언론학 유사학문들의 공통적인 특성이다. 가령, 저널리즘과 스피치라는 고유영역이 있으며, 학부교육에서 저널리즘과 커뮤니케이션 영역이 분리되어 이루어지는 미국의 커뮤니케이션학도 연구에 주력하는 학문적 실체와는 거리가 있다는 평가다. 미국 커뮤니케이션 연구의 제도화 과정을 다룬 윌버 슈람의 저서 <언론학의 기원>(2014)에 의하면 커뮤니케이션에 몸담은 일부 사람들은 이를 사회과학으로 간주하지만, 더 오래된 기성 분야에서는 커뮤니케이션학을 배타적인 시선으로 바라보고 있다. 예컨대 저널 논문인용 분석결과를 보면, 커뮤니케이션 학자들은 심리학, 사회학, 인류학, 정치학과 경제학의 연구결과를 빈번하게 인용하지만 그 반대 현상은 일어나지 않고 있으며, 대학조직도 커뮤니케이션을 일반적인 의미의 학술적 학과로 취급하지 않고 있어 아직까지 이 분야의 제도화가 완전히 실현되었다고 보기는 어렵다. 또한, 연구대상이 불분명하고, 일관된 이론체계가 없는 데다, 인식론적으로 상이한 진영으로 대립하고 있어 정체성 위기를 겪고 있다는 평가도 존재한다(양승목, 2009).

1970년대에 들어서서야 대학의 교육과정에 편입된 프랑스의 정보커뮤니케이션학 역시 제도화를 위해 여전히 고군분투하고 있다. 정보커뮤

니케이션학을 둘러싼 대표적인 비판 중 하나는 관련 분야의 다양한 이론 혹은 지적 생산이 저널리즘, 영화, 광고, 출판업계 등 직업과 관계된 영역으로 한정된다는 것이다.⁶⁾ 커뮤니케이션 기술이 발달함에 따라 정보커뮤니케이션 연구의 영역이 확장되면서 인접학문과의 경계가 더욱 모호해지자 학문의 정통성을 모르겠다는 비판 역시 반복된다. 이로 인해 갈로(Gallot, 2014)는 정보커뮤니케이션학과 경계를 이루는 세 영역을 규정짓기도 했다. 그중 첫 번째 경계 학문은 ‘계산이 가능한’ 정보와 관련된 학문으로 수학, 정보과학 그리고 인간공학이 이에 해당한다. 두 번째 경계 학문으로는 상호문화성이나 커뮤니케이션 현상의 사회적 영역을 다루는 경제학과 인식론, 세 번째 경계 학문으로는 기록, 문학 적 저술이나 텍스트를 다루는 언어학과 문학이 이에 해당한다.

이에 반해 한국의 언론학은 제도화된 학문영역으로서 최고의 전성기를 구가하고 있다고 평가받고 있다(임영호, 2013). 그러나 설립 초기부터 제기되었던 문제들은 아직도 해결되지 않은 채 남아 있다. 서구의 이론을 수입하고 쫓아가기에 급급한 나머지 한국사회에 적용할 만한 이론과 개념을 구축하지 못해 학문적 정체성이 결여되어 있다는 비판은 여전하고(강명구, 2009; 유선영, 2014), 미국 커뮤니케이션학처럼 저널리즘이나 스피치 같은 다른 사회과학이 정통성을 주장할 수 없는 고유의 학문적 토대도 없는 데다 이론의 빈약함, 파편화된 연구 등으로 인

6) 프랑스에서 커뮤니케이션 연구는 1960년대에 본격적으로 시작했다. 사회학자인 조르주 프리드먼(Georges Friedmann)이 프랑스 고등연구원 내에 매스 커뮤니케이션 연구 센터(Centre d'études des communications de masse, CECMAS)를 설립하면서부터였다. 그는 당시 미국에서 활발하게 성장하던 커뮤니케이션 연구를 프랑스에 도입하고자 했고, 그와 동시에 인문학적 관점을 이 분야에 접목시킴으로써 기능적인 접근이 주를 이루는 미국 커뮤니케이션 연구의 빈약함을 채우고자 했다. 기술과 노동의 관계, 대중의 소비와 생산, 여가의 일상화 등을 연구한 조르주 프리드먼을 필두로, 롤랑 바르트, 에드가 모랭, 장 보드리야르 등 학문적 배경이 서로 달랐던 일군의 연구자들이 커뮤니케이션 연구에 참여했고, 이후 1970년대부터는 커뮤니케이션을 대학 교육과정에 편입시키고자 하는 움직임이 시작됐다(Mattelart & Mattelart, 2013).

해 타 학문에 비해 전문성 측면에서 지위가 열등하다는 문제점도 제기됐다(최선열, 2001; 박은희 외, 2014). 임영호(2013) 역시 한국의 언론학이 외연적으로는 화려하나 실질적으로는 지적 빈곤 상황이며 학문의 장기적 목표인 이론적 체계 정립은 아직 정체상태에 있다고 진단하면서 이를 해결하기 위해 '현재 한국의 언론학에 필요한 부분은 바로 탐색을 일상화하고 실패를 당연시하는 실험정신'이라고 강조한다. '지식발전은 기존의 지식의 틀을 허물고 새로운 세계관에 근거하는 혁명적 발상의 전환, 즉 패러다임의 혁명을 통해서 전개된다'는 것이다.

뉴스학은 기존의 언론학이 확장되면서 저널리즘 연구가 소외되고 이로 인해 점점 더 그 정체성이 모호해지는 현상을 탈피하기 위한 새로운 대안 모색이기도 하다. 그럼에도 저널리즘 교육이 아닌 뉴스학을 주장하는 이유는 디지털혁명과 더불어 발생한 저널리즘과 뉴스의 정체성 변화에서 비롯한다.

4. 뉴스학의 전공학문 가능성과 관련 주제

1) 뉴스의 정체성 변화

(1) 미디어 권력의 이동과 뉴스의 변화

팀 버너스-리가 월드와이드웹으로 명명한 거대한 인터넷망은 세상을 완전히 뒤바꿔 놓았고 저널리즘의 정체성과 지형을 질적으로 변화시켰다. 인식만 바뀐 것이 아니라 토대가 그 이전과는 전면적으로 달라졌다. 그런 변화를 사람들은 흔히 '혁명'이라고 부른다. 디지털혁명이 확산되기 이전만 하더라도 뉴스는 언론사로 인정받은 조직이 엄선한 정보에 의미를 부여해서 제공하는 생산물을 의미했고, 뉴스 생산자 역시 직업 저널리스트들에 국한되어 있었다.

그러나 브런스(Bruns, 2005)가 말한 '프로듀시지'(produsage)의 시대

에 뉴스 생산자는 넘쳐난다. 누구나 적은 비용으로 쉽게 인터넷상에서 자신만의 매체를 가질 수 있는 상황은 수많은 인터넷신문과 블로그를 양산했다. 게다가 댓글이나 포럼, 온라인 커뮤니티 등의 활성화는 이용자들로 하여금 쉽고 간단한 방법으로 정보와 의견을 교환할 수 있게 했다. 모바일과 소셜미디어의 대중화는 이러한 현상을 더욱 가속화하고 있다. 스마트폰 사용자들은 소셜미디어에 정보와 사진, 동영상을 올리고 실시간으로 전 세계에서 일어나는 일을 업데이트하며, 이는 빠른 속도로 확산되고 있다.

로젠(Rosen, 2010)은 “더 이상 수용자가 아닌 독자, 혹은 더 이상 독자가 아닌 시민”라는 표현으로 거대 미디어와 저널리즘 수용자 사이에 근본적인 권력이동이 일어나고 있음을 설명한다. 이들은 이제 더 이상 수동적인 대중이 아니다. 전통 저널리스트의 고유 업무 중 상당 부분은 이미 아마추어에게 잠식당하고 있다. 셰레르(Scherer, 2011)에 의하면 전통적인 저널리스트들의 대표적인 역할인 정보수집, 현장취재, 정보 검증과 배치, 분석과 논평 중 정보 검증과 배치를 제외한 나머지는 전문가, 일반 사용자들과 공유되고 있다. 예컨대, 언론사의 정보수집 능력은 수많은 소셜미디어 사용자들이 쏟아 내는 정보의 양에 미치지 못한다. 소셜미디어 사용자들은 자신들이 직접 목격한 사건들을 언론사를 통하지 않고 트위터나 페이스북에 게시할 뿐 아니라 배포하는 역할까지도 담당한다. 또한 분석과 논평은 블로그나 웹사이트를 보유한 전문가들에 의해 공유되고 있는 실정이다. 때때로 그들의 분석은 링크나 방문자들의 댓글과 더불어 일반 저널리스트의 기사보다 훨씬 더 심도 있고 날카로운 정보를 제공한다. 게다가 세계 곳곳에서 활약하는 수많은 SNS 이용자들이 쏟아 내는 정보가 현장취재의 일부분을 대신한다. 이로 인해 독자들이 제공한 정보의 사실 여부를 확인하는 ‘커뮤니티 매니저’가 활성화되고 있다. 이들의 주된 역할은 날카로운 분석, 전문적인 내용 혹은 특별한 테마 등을 SNS에서 유통시키는 사람들을 지속적으로 관찰하고 접촉하면서 아마추어들이 지속적으로 정보를 제공할 수 있도록

록 그들의 작업에 가치를 부여하는 것이다. 이를 통해 오베르(Aubert, 2011)는 게이트키퍼(gatekeeping)에서 게이트워칭(gatewatching)으로 패러다임이 변화하고 있다고 평가한다.

이처럼 누구나 자신의 목소리를 낼 수단을 갖게 된 디지털 시대에서 저널리스트란 누구를 의미하는지, 뉴스란 무엇인지에 대한 새로운 정의가 필요하다. 디지털미디어 환경에서는 전통 저널리즘이 이해하는 방식의 뉴스 개념 틀로는 새롭게 변화하는 뉴스 세계를 설명하지 못할 뿐 아니라 그 실상을 이해하기도 어렵기 때문이다(김경모, 2012).

젤리저(Zelizer, 2008)는 이제까지 저널리즘 학자들은 저널리즘 전부를 반영하는 통합적인 자료를 생산하지 못하기 때문에 특정한 형태의 하드 뉴스를 다른 뉴스들보다 높게 평가하는 방법으로 뉴스를 정의해왔다고 비판한다. 연구 분야에서의 이 같은 편견은 저널리즘의 전체 세계를 반영하지 못하고 ‘저널리즘의 실상과 저널리즘이 공식적으로 제시하는 모습’ 사이의 간격을 벌려 놓았다는 것이다. 그러나 이러한 뉴스의 정의는 흔들리고 있다. 디지털 저널리즘 시대가 도래하면서 저널리스트나 언론사가 절대적인 헤게모니를 행사하는 뉴스의 전통적인 개념 자체가 변화하고 있는 것이다.

김경희(2012)는 인터넷이 등장하면서 뉴스의 개념에 큰 변화가 일어나고 있다고 주장한다. “인터넷은 하이퍼미디어여서 하나의 뉴스 안에 또 다른 뉴스가 담겨 있고, 뉴스에 대한 이용자들의 의견까지 함께 포함되어, 기존 뉴스와는 완전히 다른 형식과 내용으로 진화하게 되었으며, 상호작용적인 속성으로 인해 이용자들은 뉴스에 자유롭게 의견을 다는 데서 나아가, 이용자끼리 의견을 교환하는 일까지 가능해졌다”는 것이다. 더 이상 뉴스는 ‘완성품으로서의 뉴스’가 아니다. 이제 저널리스트는 완성된 뉴스가 아니라 뉴스의 생산과정 전후에 끊임없이 독자들과 피드백을 반영해 독자들과 함께 뉴스라는 상품을 만들어 나간다. 자비스(Jarvis, 2009)는 이를 ‘과정으로서의 뉴스’(news as process)라고 부른다. 김경모(2012) 역시 뉴스 생산자와 소비자의 경계가 무너지면서

“뉴스는 완결되고 닫힌 구조로 기계적으로 전파되던 과거의 사회적 존재양식에서 벗어나 지속적으로 내용과 이야기가 재생성되고 열린 구조로 자기 증식하며 사회적으로 공유되고 이해되는 열린 지식체계로 진화하고 있다”고 주장한다.

더 나아가 임영호(2014)는 “뉴스 개념의 측면에서 인터넷은 기존의 저널리즘 관행을 근본적으로 흔들어 놓는 혁명적 변화를 가져왔다”고 평가한다. “저널리즘의 공통 규범에 의해 뉴스 가치가 있다고 인정되는 정보보다 개인적 관련성(personal relevance)이 높은 정보가 인터넷을 통해 더 많이 소비되고 확산되면서 뉴스와 비뉴스 간의 경계가 점차 흐려지고, 수백 년간 유지되던 ‘뉴스’ 개념에 대한 합의조차 무너지고 있다”는 것이다. 이러한 현상은 소셜미디어의 확산으로 더욱 구체화되고 있다.

SNS의 활성화로 인해 뉴스 소비자가 언제 어디서든 뉴스를 접하고 확산하며, 뉴스와 관련된 논의를 할 수 있는 환경으로 변화했다. 설진아(2013)는 SNS 이용자들은 SNS상에서 자신이 관심 있는 뉴스를 주고받음으로써 특정 이슈에 대한 의견 또는 생각을 확산시키고, 대화를 통해 뉴스 이슈를 다양한 방향으로 전개하는 경향이 있다면서 “SNS를 기반으로 하는 소셜 저널리즘은 시민들이 뉴스 생산의 주체로서 참여하고, 정보의 가공과 편집이 자유자재로 가능하며, 언론인과 대화하는 대안적 특성을 모두 담은 새로운 대화형의 저널리즘”이라고 규정한다. SNS 이용자들은 자신에게 인상적이었던 뉴스 기사를 주관적인 평가를 곁들여 전파하기도 하고, 일상적인 정보나 사적 경험을 다른 이용자와 공유하기도 한다. 이처럼 페이스북이나 트위터에서는 일상적이고 소소한 이야기가 전통적 의미의 뉴스와 구별되지 않은 채 동시에 유통된다. 소셜미디어에서 나타나는 이러한 뉴스 콘텐츠의 혼종성은 뉴스의 개념을 확장시킨다. 박선희(2012)는 뉴스가 이제 전문가집단의 게이트키퍼 과정을 거쳐 전달되는 정보로서가 아니라 사람들이 커뮤니케이션하는 과정에서 교환되는 사회적인 이야기로, 나아가 모든 것이 뉴스인 ‘소식으로서의 뉴스’로 변화하고 있다고 주장한다. 그는 특히 SNS가 구

어와 문자 문화의 뉴스를 결합시켜 우리 주변의 뉴스를 매우 광범위하게 확산시키고, 사회적 결속을 만들어 낼 가능성에 주목한다.⁷⁾ 반면, SNS와 모바일의 확산으로 인한 대중매체의 뉴스 이용 감소와 개인들의 개별적 관심사 위주의 뉴스 이용 방식이 공적인 사안을 다룬 뉴스에 대한 무관심으로 이어져 결국 민주주의 공동체의 운영을 어렵게 할 수도 있다는 의견도 존재한다(임영호, 2014). 모바일 시대의 뉴스가 인간의 이해와 사회적 결속을 확장시키는 역할을 할 수 있을지, 반대로 뉴스의 사회 통합 기능을 약화시킬지는 미지수다. 그러나 확실한 것은 이용자들이 뉴스를 어떻게 이용하고 경험하는가에 그 결과가 달려 있다는 것이다.

(2) 저널리즘의 정체성 변화와 뉴스학의 필요성

저널리즘이 무엇인지 정확하게 규정하기란 쉽지 않다. 저널리즘의 가치, 실천, 영향 등을 다루는 엄청난 양의 문헌이 있지만 아직도 저널리즘이 무엇인지에 관해 일관성 있는 그림을 그리지 못하고 있다. 그러나 일반적으로 저널리즘은 전문적인 활동에 가까운 것으로 정의된다. 셔드슨(Schudson, 2014)에 의하면 저널리즘은 ‘공적으로 중요하거나 관심사가 되는 현재의 일들을 규칙적으로 생산하고 배포하는 사업 또는 행위’이며, ‘발생하는 사건들에 대한 정보와 논평을 널리 퍼져 있는 이름의 수용자에게 정기적으로 알리는 일련의 제도들’이다.

그러나 디지털 시대에는 우리가 한때 저널리즘에 대해 알고 있다고 생각했던 모든 것이 재고되어야 할 필요가 있다. 상호작용적인 디지털 기술의 등장으로 인해 기존 형태의 저널리즘⁸⁾은 이미 ‘사망’한 ‘좀비적

7) 박선희(2012)에 의하면 구어 사회에서 뉴스는 우리 주변의 뉴스들로, 뉴스에 참여하는 것이 쉽고 뉴스교환 자체가 이웃과의 결속을 다지는 행위였으나 뉴스 확산의 범위는 한정되어 있었다면, 매스미디어 시대에는 뉴스 확산의 범위는 매우 넓어졌으나 우리 주변의 뉴스를 접하는 것은 점점 어려워졌다. 그러나 SNS는 일종의 이야기 공간으로 이곳에서 사람들은 일과 놀이의 융합으로써 끊임없이 생산되고 재생산되며 소비되는 사회적 결속을 만들어 낸다.

8) 인쇄술이 발달하면서 신문이 기존에 사람들의 입에서 입으로 전해지던 구어 뉴스의

인 제도'로 선언되었으며(Deuze, 2006), 연구자들은 지속적으로 저널리즘이 종말을 고한 것은 아닌지에 대해 논란을 벌여 왔다. 특히 전문 저널리스트의 게이트키퍼 역할을 약화시키는 커뮤니케이션 기술의 등장으로 인해 저널리즘의 정체성이 상실되었다는 주장이 제기되기도 하고(김근수, 2013), 몇몇 연구자들은 네트워크상의 이용자가 '저널리즘'이라 불리는 제도화된 사전 선택적 권위자를 필요로 하지 않고 모든 가능한 정보원으로부터 개인화된 정보를 얻을 수 있게 되면, 제도화된 미디어의 역할이 축소되거나 사라지는 사회가 올 것으로 예상하기도 한다(Quant & Singer, 2008).

미디어 환경이 변화하면서 최근에는 저널리즘에 대해 새로운 정의를 내리려는 시도들도 보인다. 피카드(Picard, 2009)는 저널리즘이 비즈니스 모델도, 직업도, 언론사도, 산업도 아니라고 말하면서 제도로서의 저널리즘 개념에서 탈피한다. 그에 의하면 “저널리즘은 미디어의 형태도 아니고 유통 플랫폼도 아니다. 저널리즘은 지식과 정보를 수집하고, 취급하고, 전송하는 일련의 활동이다”. 물론 아직 제도화된 미디어들은 사라지지 않았고, 이들은 여전히 주요한 뉴스 생산자로 기능한다. 더구나 전통 언론사가 겪는 어려움에도 불구하고 고품격 보도나 흥미로운 스토리텔링에 대한 독자들의 욕구는 강력하다. 페이스북, 트위터 등 소셜 사이트는 놀라운 유통 플랫폼이지만 이용자들이 생산한 뉴스만으로는 현재 종이신문과 잡지의 지속적인 쇠락에서 오는 공백을 메울 수 없다(Küng, 2015). 그러나 전통 저널리즘 조직이 기술 집약적인 변화에 좌절하고 고수익에서 저수익 사업으로 옮겨 가고 있는 현상은 이들의 미래를 쉽게 예측하게 한다. 임영호(2014)는 기술의 변화가 저널리즘의 직업 관행과 문화뿐 아니라 정치, 사회 구조까지도 흔들어 놓을 수도 있다고 주장한다. 그는 이러한 변화가 새로운 잠재력의 장을 열어 주면

전달방식보다 더 빠르게 뉴스를 전달할 수 있게 되었고, 뉴스를 파는 것이 비즈니스가 될 수 있었다. 디지털 이전의 저널리즘은 바로 그러한 기술혁명의 결과물이다(Stephens, 2006).

서도 저널리즘의 핵심적 기능까지도 약화시키는 부작용을 초래할 수도 있다는 점을 우려한다. 인터넷의 대중화와 더불어 심각해진 언론의 산업적 위기가 이들이 생산하는 뉴스의 품질에도 심각한 문제를 양산하고 있음을 볼 때 이러한 우려는 결코 과장이 아니다. 저널리즘의 황폐화를 벗어나기 위해서는 이에 대한 대처방안이 필요하다. 그러나 그 방안이 기존 패러다임 내에서의 개선에 멈춘다면 저널리즘의 위기극복은 묘연할 것이다. 제도로서의 저널리즘에 국한하는 것이 아니라 뉴스 그 자체와 뉴스가 개입하는 다양한 영역, 뉴스로 인한 공동체의 변화 등 뉴스를 둘러싼 다양한 현상들을 포괄적으로 이해할 수 있는 학문의 필요성을 제기하는 이유이다. 그런데 왜 굳이 저널리즘 교육이나 언론학이 아닌 뉴스학인가?

저널리즘(journalism)은 ‘하루’를 의미하는 프랑스어 ‘jour’에서 파생된 저널(journal)과 생각과 논리를 뜻하는 이즘(ism)이 합쳐진 개념이다. 초기에는 ‘일기 쓰기’(journal keeping)를 의미하다가 점차 ‘정기 간행물’로 변화했다(Stephens, 2015). 곡물가격이나 상품시세 등이 하루를 기준으로 갱신되었기 때문에 일간신문이 등장하게 되었다. 그러나 디지털 시대를 맞아 뉴스 생산의 주기가 없어진 상황에서 주기를 의미하는 저널리즘을 고집할 필요는 없어 보인다. 일본에서 번역된 언론이라는 개념도 수정이 필요하다. 언론은 ‘논리를 가진 말’이라는 의미에서 대중적 담론이라는 뉴스의 본질을 잘 나타낸다. 그러나 뉴스는 이미 규모, 양식과 주제, 생산과 소비의 방식 등에서 대중적 담론의 한 부분으로 묶을 수 없을 만큼 성장했다. 영상물 영역에 속하지만 드라마, 다큐멘터리와 영화 등이 각각 분리된 것처럼 언론학에서 뉴스를 분리할 필요가 있다. 더군다나 그 영역이 방대해지면서 저널리즘 분야가 위축된 한국의 언론학이 현재 빠르게 전개되고 폭발적으로 확장되는 뉴스를 둘러싼 다양한 현상을 포괄할 것을 기대하기는 어렵다. 아울러 연구대상 자체를 분과명으로 표상하는 뉴스학은 학문의 모호한 정체성이 그 한계로 제기되는 유사학문과는 달리 핵심 연구의 대상과 영역이 구체적이고 상

대적으로 인접 학문과의 경계가 뚜렷하다고 볼 수 있다. 물론 언론학 교육이 ‘다른 전공과 매체별로 개별화되어 있고 각 전공과목이 유기적으로 연결되어 있지 못하다’, ‘학제적 성격이 있지만 실제로는 다양하고 전문성 있는 식견을 학생들에게 제공하지 못한다’는 평가를 받고 있지만, 사회과학이나 인문학 전공자들 중 이 분야에 관심을 가진 학자들을 중심으로 학문이 이루어졌기 때문에 학제 간 성격을 가질 수밖에 없었던 것처럼 뉴스학 또한 다학제적인 연구가 필요한 분야이다. 예를 들어, 정치학자들이 정치과정에서의 미디어의 영향에 관심을 갖고, 심리학자들은 미디어 메시지의 설득적 효과, 기호학자들은 미디어 메시지의 기호학적 분석 등에 관심을 보인 것처럼 뉴스학 역시 언론학, 심리학, 경제학, 역사학, 사회학 등 다양한 학문을 응용하는 다학제적 연구를 통해 끊임없이 변화하는 뉴스의 세계를 탐구할 필요가 있다.

2) 뉴스학의 이론적 자원과 전공주제

(1) 뉴스학의 이론적 자원

사회과학 영역의 대부분의 학문들이 이론적 자원이 실질적으로 구성되기도 전에 탄생한 것과는 달리 뉴스학의 자원은 상당히 축적되어 있다. 앞서 살펴본 것처럼 커뮤니케이션학이나 정보커뮤니케이션학, 언론학의 핵심 영역이 매스미디어에 국한되어 있었기에 뉴스와 뉴스 미디어에 관한 다양한 이론화 작업이 오래 전부터 시행되어 왔다고 볼 수 있다. 뉴스 미디어에서 중요하게 다룬 이슈는 수용자들도 중요하게 생각하게 된다는 맥콤과 쇼(McComb & Shaw, 1972)의 ‘의제설정 이론’, 사회학자인 어빙 고프먼(Goffman, 1974)이 주창한, 뉴스 수용자의 이해를 특정한 방식으로 이끄는 뉴스 메시지의 특징이라 할 수 있는 ‘뉴스프레임 이론’, 슈메이커와 리즈(Shoemaker & Reese, 1996)가 뉴스 가치에 대한 기존 학자들의 논의를 토대로 정리한 ‘뉴스가치 이론’ 등 뉴스와 관련한 대표적인 이론들은 여전히 지속적으로 보완되며 많은 연구에 활용

되고 있다.

다양한 관점에서 뉴스를 다룬 학자들도 많다. 미첼 스티븐스(Mitchell Stephens)가 <뉴스의 역사>를 통해 뉴스의 변천사를 광범위한 시대와 문화에 걸쳐 다룬 것처럼 수많은 미디어 역사가들이 역사적 관점에서 뉴스를 다루었고, 마이클 셔드슨(Michael Schudson), 허버트 갠스(Herbert J. Gans), 레미 리에펠(Rémy Rieffel)과 같은 학자들은 사회학적 관점에서 뉴스와 뉴스매체를 분석했다. 또한 그레이엄 머독(Graham Murdock), 니콜라스 간햄(Nicholas Garnham), 에드워드 허먼(Edward S. Herman) 등은 뉴스 미디어가 뉴스를 제작하는 과정에서 정치권력과 경제권력으로부터 어떤 영향을 받는지를 정치경제학적 관점에서 연구했고, 나탈리 소낙(Natalie Sonnac), 로버트 피카드(Robert Picard), 켄 닥터(Ken Doctor) 같은 학자들은 디지털혁명 이후 변화된 미디어 산업 환경에서 효과적인 뉴스 비즈니스 모델은 어떤 것인지, 뉴스 미디어들이 생존할 수 있는 방법은 무엇인지를 경제학적 관점에서 연구했다.

디지털혁명과 더불어 뉴스에 대한 연구는 더욱 확장되고 있다. 생산자와 사용자 간의 경계가 사라지면서 비전문 저널리스트들의 뉴스 생산이 활발해짐에 따라 제이 로젠(Jay Rosen), 댄 길모어(Dan Gillmor), 프랑크 르비야르(Franck Rebillard) 등은 ‘프로암’(pro-am)이라는 협업 차원의 뉴스 생산에 주목해 왔다. 인터넷의 확산과 더불어 기술이 뉴스 생산에 미치는 영향에 대한 연구들이 끊임없이 쏟아져 나오기 시작했고, 최근에는 뉴스 포맷이 다양해지면서 뉴스 텍스트의 다기호적인 속성, 즉 이미지와 텍스트뿐 아니라 사운드적 요소까지 결합시켜 뉴스 텍스트를 분석하는 연구들도 등장하고 있다. 또한 새로운 보도의 형태로서 주목받는 내러티브 기사에 관한 연구도 활발하게 이루어지고 있다(Lits & Wrona, 2014). 디지털 시대의 내러티브는 이전과는 달리 만화나 그래픽, 이미지 등 시각적 요소들이 스토리와 함께 등장하면서 독자의 관심을 사로잡는다. 이처럼 최근의 연구들은 전반적으로 디지털 기술이 뉴스의 생산과 이용에 가져온 구조적인 변화에 집중되어 있다

(Mercier & Pignard-Cheynel, 2014).

(2) 뉴스학의 전공주제와 차별성

그렇다면, 대학 분과학문으로서의 뉴스학의 범주에 포함될 수 있는 주제로는 어떤 것이 있을까? 뉴스학에서 개설 가능한 세부 전공과목을 살펴보면 먼저, 뉴스 직무능력을 다루는 분야와 뉴스학 관련 이론이나 뉴스 콘텐츠 그 자체를 다루는 분야, 뉴스와 다른 학문을 접목하거나 뉴스로 인한 새로운 현상을 다루는 분야 등으로 구분할 수 있다.

디지털 시대에는 뉴스 서비스를 총체적으로 조율하는 뉴스 기획이나 뉴스 콘텐츠를 재배열하거나 재가공하는 뉴스 디자인도 중요해졌다. 기획뉴스, 스토리형 기사 등 대중들의 관심을 끄는 효과적인 뉴스 마케팅 전략을 개발하는 뉴스 마케팅 분야도 필요하다. 아울러 뉴스 생산에 참여하는 독자들이 늘어나면서 잘못된 정보, 진실이 아닌 것들이 유포될 가능성이 높아졌고, 편집국 내의 게이트키퍼 과정들이 단축되고 속도경쟁이 심화되면서 뉴스 검증 역할도 중요해졌다. 또한 단순한 텍스트가 아닌 멀티미디어를 이용한 스토리텔링 방식 역시 각광받고 있다. 뉴스 직무능력을 다루는 분야는 바로 이러한 변화를 반영해야 한다. 따라서 이 분야의 과목으로 뉴스 기획, 뉴스 디자인, 뉴스 제작 기법, 뉴스 마케팅, 뉴스 문장과 편집, 영상편집, 멀티미디어 스토리텔링, 데이터 분석, 뉴스 검증, 뉴스 알고리즘, 뉴미디어 뉴스룸 등을 포함시킬 수 있다.

또한 뉴스가 단순한 비즈니스의 수단이나 상품이 아닌 민주사회를 유지하는 공공재로서의 기능하기 위해서는 뉴스와 민주주의의 관계, 뉴스 미디어의 윤리를 비롯한 전반적인 뉴스 생태계의 변화에 대한 이해도 필요하다. 이러한 뉴스학 이론 과목으로는 뉴스의 이해, 뉴스 생태계, 뉴스 미디어와 사회, 뉴스 비평과 이론, 뉴스 시스템과 민주주의, 뉴스 미디어 윤리 등을 포함시킬 수 있다.

뉴미디어의 발전으로 인한 뉴스 포맷의 혁신은 디지털 환경의 구조적인 특성을 충분히 활용하고 이용자와 상호작용을 가능하게 하는 방식으

로 진화하고 있다. 웹 다큐멘터리, 인터랙티브 인포그래픽, 뉴스게임과 같은 혁신적인 뉴스 포맷도 등장했다. 모코(Mauco, 2011)는 이 중에서도 뉴스게임을 적극적인 뉴스 소비를 가능케 하는, 디지털 시대에 가장 적합한 뉴스 전달방식으로 평가한다. 이용자가 어떤 행동을 하는지에 따라 스토리가 달라지도록 프로그래밍된 뉴스게임은 뉴스를 그저 스쳐 지나가는 콘텐츠 중 하나로 전락시키지 않고 뉴스를 ‘경험’하게 하는 새로운 방식으로 각광받고 있다. 이러한 포맷별 뉴스로 멀티미디어 뉴스, 뉴스게임, 뉴스다큐, 르포기사, 해설기사 등이 있다. 또한 플랫폼별 뉴스로 TV뉴스, 라디오뉴스, 신문뉴스, 잡지뉴스, 디지털뉴스, 모바일 뉴스, 소셜뉴스 등을 다룰 수 있다. 이 밖에도 주제별 뉴스로 전쟁뉴스, 정치뉴스, 경제뉴스, 문화뉴스, 테크놀로지뉴스, 과학뉴스, 교육뉴스, 환경뉴스, 금융뉴스, 건축뉴스, 종교뉴스, 국제뉴스 등을 다룰 수 있다. 이처럼 특화된 분야의 뉴스 교육은 학생들이 각 분야의 가장 앞선 사상을 따라갈 수 있도록 하고, 시사문제에 대해 제대로 사고하고 새롭게 조망할 수 있도록 도울 것이다.

전 세계적으로 시민을 대상으로 성숙한 뉴스 소비와 관련된 교육, 즉 ‘뉴스리터러시’의 중요성이 대두되고 있다. 좋은 뉴스와 나쁜 뉴스를 분간할 수 있는 안목은 물론, 뉴스가 생산되고 확산되는 맥락을 제대로 이해하고 이를 통해 자신이 직면한 문제에 대한 대응책을 마련하는 것은 더 이상 선택이 아닌 필수다. 이울러 끊임없이 변화하는 미디어 산업 환경에서 뉴스 산업을 경제적 관점에서 분석하고 뉴스 콘텐츠 유통 수익모델을 제시하는 뉴스 산업 분석도 중요해졌다. 과거에는 뉴스 미디어를 운영하면 뉴스를 발행하거나 방송하는 것으로 충분했다면, 지금은 생존을 위해서라도 뉴스 비즈니스의 변화를 연구하고 디지털미디어 시장에서 효율적인 경영을 위해 뉴스 미디어들이 취해야 할 전략은 무엇인지를 개발해야만 하는 상황이다. 이처럼 뉴스학을 통해 새롭게 시도할 수 있는 융합과목으로, 뉴스리터러시, 뉴스시큐리티, 뉴스 산업, 뉴스홍보학, 뉴스경영학, 뉴스법학, 뉴스역사학, 뉴스사회학, 뉴스정

치학, 뉴스외교학, 뉴스철학 및 뉴스통치학, 뉴스정책학 등을 포함시킬 수 있다.

〈표 1〉은 뉴스학을 비롯해 지금까지 논의한 인접학문의 교육목표 및 교과목을 정리한 자료다. 뉴스학이 갖는 차별성과 독특한 영역에 대한 실마리를 찾아볼 수 있다. 물론 국내에서 언론학은 모든 매체를 아우를 뿐더러 방송, 영상, 광고, 홍보, 언론, 정책, 산업 등 거의 전 분야를 다룬다. 종합병원 또는 백화점과 같다. 뉴스학은 따라서 백화점 안에 있는 화장품코너 또는 전문병원 정도에 해당한다. 그러나 뉴스의 확장이라는 추세를 감안했을 때 단순히 한 부분이 아니라 인문학, 사회과학, 자연과학 및 예술 전공자들에게도 필수적인 기초학문에 속한다. 뉴스외교학, 뉴스경영학 및 뉴스통치학 등 융합과목의 경우 전공필수에 포함될 수 있고 뉴스개론, 뉴스역사, 뉴스시큐리티, 뉴스사회학 등은 전공선택 또는 교양으로 소화할 수 있다. 그 밖에, 환경뉴스, 경제뉴스, 테크놀로지뉴스 등은 관련 분야 전공자들이 선택해서 수강할 수 있는 전공선택 과목으로 분류할 수 있다.

〈표 1〉에 제시된 것과 같이 커뮤니케이션학과 정보커뮤니케이션학, 언론학 그리고 뉴스학은 서로 다른 커리큘럼을 제시한다. 가령, 미국의 커뮤니케이션학은 저널리즘 교육과 분리되어 있고 영역이 상당히 세분화되어 있어 뉴스학과는 거리가 멀다. 정보커뮤니케이션학은 커뮤니케이션학보다 더 방대한 영역을 다루면서도 세분화하지 않는다는 비판에 직면해 있다. 다만 한국의 언론학처럼 ‘대부분의 대학에서 취업 중심의 교과과정을 선보인다거나 학문적 성찰보다 당장 현장에서 활용할 수 있는 도구적 지식에 집중하는’ 현상을 찾아보기는 힘들다.

제시된 한국 언론학의 커리큘럼은 앞서 언급한 ‘저널리즘과 다양한 커뮤니케이션 현상에 관한 교육이 혼합되어 있어 전공 분야별 전문가 양성이 어렵다’는 언론학 교육의 특징을 여실히 보여 준다. 기존의 저널리즘 연구마저 중시하지 않는 한국의 언론학이 디지털 뉴스 시대에 필요한 뉴스 전문가를 키울 수 있을 것인지 의구심이 드는 지점이다. 더

표 1. 유사 전공학문별 교육내용 비교

	교육목표	전공과목
커뮤니케이션학	학생들을 책임 있는 리더, 참여적인 시민, 그리고 자신의 직업과 커뮤니티의 개척적인 문제 해결자로 육성.	<ul style="list-style-type: none"> • 조직 커뮤니케이션 전공: 커뮤니케이션 연구방법론, 조직 커뮤니케이션 이론, 매스컴 이론, 설득 이론, 커뮤니케이션 기술과 공동체 및 개인 정체성, 수사학과 과학 및 기술, 커뮤니케이션과 연령, 문화 간 커뮤니케이션 등 • 수사학과 미디어 및 대중문화 전공: 논쟁의 기술, 수사학적 사고 입문, 공중연설의 형식, 그리스의 수사학 이론, 라틴 수사학 이론, 고급 논쟁술, 자유언론의 현대적 문제, 현대 매스컴 연구의 심층분석방법, 대중문화의 마케팅론 등 (노스웨스턴대학 커뮤니케이션학부 커뮤니케이션 연구 커리큘럼)
정통 커뮤니케이션학	커뮤니케이션 현상과 정보기술을 다양한 학문(법학, 역사학, 기호학, 사회학 등)과 접목시켜 심층적으로 이해	커뮤니케이션의 사회학, 커뮤니케이션의 심리학과 사회심리학, 커뮤니케이션의 역사, 커뮤니케이션 관련 법(미디어 법, 인터넷 관련 법), 커뮤니케이션의 정치경제학, 커뮤니케이션의 기호학, 커뮤니케이션의 문화인류학, 미학과 커뮤니케이션, 정보와 커뮤니케이션 연구방법, 사이버네틱스와 커뮤니케이션, 사회과학방법론, 미디어 담론분석, 이미지와 소리의 수사학, 비판적으로 언론 읽기, 마케팅 기법, 정보처리기술, 프로젝트 운영방식 ⁹⁾
언론학	신문, 방송, 영화, 정보산업, 광고, 홍보 등 주요 커뮤니케이션 분야의 기술과 이론을 이해	저널리즘의 이해, 영상/문화분석, 한국미디어사, 언론사상사, 설득 커뮤니케이션, 방송과 현대사회, 커뮤니케이션·문명·사회변동, 커뮤니케이션학사, 스피치와 토론, 커뮤니케이션 이론, 비판 커뮤니케이션론, 정치 커뮤니케이션, 영상 커뮤니케이션, 대인 커뮤니케이션, 커뮤니케이션 연구방법, 미디어테크놀로지의 역사, 디지털 커뮤니케이션, 현대문화의 이해, 방송분석, 탐사보도기획, 미디어 법률과 제도, HCI와 커뮤니케이션, 인터넷과 사이버스페이스, 모바일 미디어, 인터넷 시대의 읽기와 쓰기, 커뮤니케이션 통계분석, 글로벌 커뮤니케이션, 현대 저널리즘 이론과 분석, 커뮤니케이션 효과연구, 광고론, PR론, 커뮤니케이션 정책, 컴퓨터매개 커뮤니케이션, 사회적 커뮤니케이션, 네트워크의 구조분석 ¹⁰⁾

9) 파리 8대학 정보커뮤니케이션학과 커리큘럼 참고. URL: <http://www.univ-paris-8.fr/Licence-Information-communication>

10) 서울대 언론정보학과 커리큘럼 참고. URL: <http://communication.snu.ac.kr/>

표 1. 유사 전공학문별 교육내용 비교 (계속)

<p>뉴스학</p>	<p>뉴스 그 자체와 뉴스가 개입하는 다양한 영역, 뉴스로 인한 공동체 의 변화 등 뉴스를 둘러싼 다양한 현상을 포괄적으로 이해</p> <ul style="list-style-type: none"> • 뉴스 직무능력 : 뉴스 기획, 뉴스 제작 기법, 뉴스 마케팅, 뉴스 문장과 편집, 영상편집, 멀티미디어 스토리텔링, 데이터 분석, 뉴스 검증, 뉴스 알고리즘, 뉴미디어 뉴스룸, 탐사보도 기법 등 • 뉴스학 이론 : 뉴스의 이해, 뉴스 비즈니스 모델, 뉴스 생태계, 뉴스 미디어와 사회, 뉴스 비평과 이론, 뉴스 시스템과 민주주의, 뉴스 미디어 윤리, 디지털뉴스 수용자론 등 • 뉴스 콘텐츠 : 전쟁뉴스, 문화뉴스, 정치뉴스, 경제뉴스, 과학뉴스, 환경뉴스, 금융뉴스, TV뉴스, 라디오뉴스, 신문뉴스, 잡지뉴스, 멀티미디어뉴스, 뉴스게임, 뉴스다큐, 르포기사, 해설기사 등 • 뉴스학 융합 분야 : 뉴스티터러시, 뉴스시큐리티, 뉴스 산업, 뉴스홍보학, 뉴스경영학, 뉴스법학, 뉴스역사학, 뉴스사회학, 뉴스정치학, 뉴스외교학, 뉴스철학, 뉴스통치학 등
------------	--

군다나 기존의 뉴스 생산 방식으로는 디지털 시대에 살아남을 수 없다는 것이 대다수 전문가들의 예측이다. 뉴스 플랫폼도 뉴스의 형태도 끊임없이 다양해지고, 기존의 저널리즘 조직이 지금과 같은 형태로 지속되기 힘든 상황에서는 저널리즘 교육에도 패러다임의 전환이 필요하다. 디지털 시대에 적합한 뉴스 전문가 양성뿐 아니라 현명한 뉴스 소비까지도 포괄하는 뉴스학의 가능성을 제기하는 이유다.

5. 마무리하기

뉴스학은 인터넷으로 대표되는 디지털혁명의 산물이다. 뉴스는 불과 몇 년 전까지만 해도 상상하지 못했던 방식으로 접근되고 공유되며, 결합되고 있다(Currah, 2009). 뉴스의 편재성과 확장성이라는 개념은 미래에 더욱 구체화될 것으로 예상된다. 넷스케이프의 창시자인 마크 앤드리슨(Marc Andreessen)은 향후 뉴스 산업이 지금보다 엄청난 규모로 커질 것이라 낙관한다. 뉴스를 잠시라도 보지 못하면 초조해지는 뉴스 탐닉의

시대다. 이제 뉴스는 최소한 예전에 신앙이 누리던 것과 동등한 권력과 지위를 차지하고 있다(De Botton, 2014). 존 하틀리(John Hartley)는 뉴스를 “세상에서 가장 중요한 텍스트 체계”로 간주했다. 마이클 셔드슨 또한 이제껏 권위 있는 학문영역들이 뉴스의 존재와 가치를 무시해 왔으나 그럼에도 뉴스는 공통 경험을 공적으로 구성하며 무엇이 실재이고 무엇이 중요한지에 대한 대중적 인식을 만드는 데 지배적인 영향력을 행사하고 있다고 지적한다(Schudson, 2014).

이처럼 뉴스가 우리의 삶에서 차지하는 위치만으로도, 전공학문으로서 뉴스학의 가능성을 탐색해 볼 만한 이유는 충분하다. 그러나 뉴스학을 제안하는 더욱 근본적인 이유는 기존의 언론학이나 저널리즘 교육으로는 디지털 시대에 끊임없이 변화하는 뉴스의 본질을 체계적으로 이해하고 능동적으로 활용하기 힘들 것이라는 우려 때문이다. 대안적 뉴스 플랫폼들이 팽창하고, 수많은 뉴스 소비자들이 동시에 뉴스 생산자가 되기도 하는 디지털 시대에는 언론조직에 필요한 기술과 전통적인 뉴스 수집 및 생산 방식에 치중하는 직업교육에만 머물러서는 안 된다.

앞서 살펴본 바와 같이 뉴스학에 포함시킬 수 있는 세부 전공은 이미 다양하고 참고문헌도 충분하게 축적되어 있는 상황이다. 정치학, 경제학, 심리학 이론의 상당 부분은 서로 중첩된다. 구성주의나 기능주의 등에서 파생된 ‘문화계발효과, 이용과 충족, 균형 이론’ 등은 상식이다. 오히려 뉴스학은 구조주의, 구성주의 및 기능주의와 같은 사회학 이론은 물론 심리학과 정치학 등에서 더 많은 이론적 자원을 확보할 수 있다.

뉴스학을 독립적으로 연구할 경우 얻게 될 이점은 상당하다. 당장 지금까지 알려진 뉴스의 기원, 뉴스의 역할, 뉴스의 활용 등에 대해 보다 포괄적인 연구를 할 수 있다. 뉴스를 공동체의 필수품으로 가정하고 관련 자료를 축적할 경우, 뉴스 생태계와 관련한 작업도 훨씬 광범위해질 수 있다. 또한 뉴스 실무에서도 디지털 기술을 활용한 멀티미디어 뉴스 제작이나 풍성한 뉴스 스토리텔링, 혹은 새로운 비즈니스 모델 개발에 중점을 둔 교육 프로그램을 제안할 수 있다. 이처럼 뉴스학에 포함시킬

수 있는 주제, 이슈와 쟁점은 무궁무진하다.

이 글은 뉴스학에 대한 밑그림에 불과하다. 앞으로 후속연구에서는 뉴스학의 커리큘럼이나 이론적 자원에 대한 더욱 세부적인 접근이 필요할 것이다. 최근까지도 저널리즘을 가르치는 사람들은 저널리즘의 실무와 규범에서 무엇이 중요한지를 급변하는 변수들을 미리 알고 반영하기 보다는 뒤처지는 경향이 있었다. 더구나 언론학은 연구와 교육의 영역이 지나치게 방대해지면서 정작 그 본령인 저널리즘 분야는 학회발표, 논문 및 성찰의 우선순위에서 배제된 측면이 있다. 뉴스에 대한 체계적인 연구, 뉴스 외연의 확장 및 뉴스를 본질로 하는 융합 분야의 성장 등 글로벌 사회의 보편적인 양상과도 거리가 멀다. 물론 학문의 ‘융합’ 시대를 맞아 언론학과 정치, 경제, 사회 및 환경과 과학 등이 확산되는 추세는 일부에서 발견된다. 그러나 전공학문이 성장한 역사를 보더라도 언론이 아닌 ‘뉴스’에 집중할 때 학문으로서 더욱 뚜렷한 차별성과 전문성을 확보할 수 있다는 점은 부정하기 어렵다. 탐색적 연구라는 한계가 있지만 앞으로 학계의 건설적 비판과 관심 및 추가적인 작업을 통해 뉴스학이라는 새로운 분과학문이 태동할 수 있기를 희망한다.

참고문헌

- 강명구 (2009). 역사적 언론학으로 돌아가 ‘대안적 보편’을 창출해야: 한국언론학의 책무와 미래. <신문과 방송>, 6월호, 46-49.
- _____ (2014). 어떤 학자와 교수를 키울 것인가: 대학평가와 지식생산. <커뮤니케이션이론>, 10권 1호, 127-168.
- 김경모 (2012). 새로운 저널리즘 환경과 온라인 뉴스 생산. <언론정보연구>, 49권 1호, 7-37.
- 김경희 (2012). 뉴스 소비의 변화와 뉴스의 진화. <언론정보연구>, 49권 2호, 5-36.
- 김균수 (2013). 트위터 이용자의 뉴스관. <한국언론학보>, 57권 2호, 154-184.

- 김병철 (2014). 해외언론사의 디지털 퍼스트 전략: 기존 인력은 감원, 디지털 인제는 충원. <신문과 방송>, 11월호, 20-24.
- 김사승 (2012). <저널리즘 생존 프레임, 대화·생태·전략>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김성해·이봉현 (2012). <해외 저널리즘 스쿨 운영현황 연구>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김영욱·진민정·강신규 (2014). <저널리즘의 품질: 평가 기준과 모델>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김익현 (2003). <인터넷신문과 온라인스토리텔링>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 문종대 (2001). 1990년대 이후 저널리즘 연구: 수요 전환의 위기. <한국언론학보>, 제 45권 특별호, 99-127.
- 박구용 (2015). 시민자유대학 실험의 문제의식과 경험. <한국언론정보학회>, 가을철 학술대회 발제집, 7-17.
- 박선희 (2012). SNS 뉴스소통: 구술성과 다중성. <언론정보연구>, 49권 2호, 37-73.
- 박은희·김성해·류재형·신동희·홍경수 (2014). <언론학 교육의 혁신모델>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 설진아 (2013). 소셜 뉴스의 기사유형 및 뉴스특성에 관한 연구. <한국언론학보>, 57권 6호, 149-175.
- 양승목 (2009). 한국 언론학 연구 50년 개관, <한국언론학회 제 15회 한·일 국제심포지엄>, 5-18.
- 유선영 (2014). 한국의 커뮤니케이션학, 공통감각을 소실한 공생적 지식생산. <커뮤니케이션이론>, 10권 2호, 4-40.
- 이강수 (1973). 한국 신문학 교육의 문제성과 방향. <신문학보>, 6집, 69-95.
- _____ (2011). <뉴스론: 미디어 사회학적 연구>. 서울: 나남.
- 이강형·이수영 (2006). 언론학 교육의 반성과 과제: 커리큘럼. <한국언론학회>, 가을철 정기학술대회, 281-285.
- 이수영·황용석 (2009). 문은 열려 있다: 미디어 업계가 바라는 인재상. <언론학 교육의 길을 묻다>(10-39쪽). 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이재경 (2005). 한국의 저널리즘 교육: 어떻게 바뀌어야 하는가. <한국언론학보>, 제 49권 3호, 5-29.
- _____ (2012). 독자가 에디터인 시대, 기자는 진실성 검증. <신문과 방송>, 8월호, 50-56.

- 임영호 (2013). 한국 언론학의 제도적 성공담과 내재적 위기론. <커뮤니케이션이론>, 제 9권 1호, 6-38.
- _____ (2014). 정보 생산자-소비자 구분 붕괴 합의된 '뉴스' 개념도 뒤흔들려: 매체 환경 변화와 저널리즘의 진화. <신문과 방송>, 4월호, 6-9.
- 진민정 (2015). 단독, 특종, 속보에 함몰된 언론. <신문과 방송>, 10월호, 49-53.
- _____ (2015. 12. 28). 뉴스에 대한 해독제: 드 코레스폰덴트의 성공 비결 [On-Line]. <슬로우 뉴스>. URL: <http://slownews.kr/49594>
- 최선열 (2001). 한국 언론학의 정체성 위기: 이론과 방법론을 중심으로. <2001 한국언론학회 공동 심포지엄>, 98-112.
- 최선열·유의선 (2004). 언론과 사회. <사회과학의 이해>(269-301쪽). 서울: 이화여자대학교 출판부.

- Andreessen, M. (2014). *The Future of the news business: A monumental twitter stream all in one place*[On-Line]. Retrieved from Pmarca.com
- Aubert, A. (2011). Le participatif perçu par les professionnels du journalisme: État des lieux. *Les Cahiers du Journalisme*, 22/23, 42-55.
- Baltes, M. (1993). Plato's school, the academy. *Hermathena*, 155, 5-26.
- Berkowitz, D. (1997). *Social meaning of news: A text reader*. London: Sage Pub.
- Boczkowski, P. (2005). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. The MIT Press.
- Boure, R. (2002). *Les origines des sciences de l'information et de la communication, regards croisés*. Presses Universitaires du Septentrion.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. NewYork: Peter Lang.
- Canu, R. & Datchary, C. (2010). Journalistes et lecteurs-contributeurs sur mediapart: Des Rôles Négociés, *Réseaux n°*, 160/161, 195-223.
- Costa Meijer, I. (2013). Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism*, 14 (6), 754-770.
- Currah, A. (2009). *What's happening to ours news: An investigation into the likely impact of the digital revolution on the economics of news publishing*

- in the UK*. Reuters institute for the study of journalism.
- De Botton, A. (2014). *The news: A user's manual*. 최민우(역) (2014). <뉴스의 시대: 뉴스에 대해 우리가 알아야 할 모든 것>. 서울: 문학동네.
- Deuze, M. (2006). Liquid and zombie journalism studies. *Newsletter of the ICA Journalism Studies Interest Group*, 2-3.
- Entman, R. (2003). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U. S. foreign policy*. University of Chicago Press.
- Gallot, S. (2014). Les enjeux d'une cartographie des SIC pour la discipline et les unités de recherche. *Revue française des Sciences de l'Information et de la Communication*, Juillet.
- Gans, H. (2002). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Times* (2nd ed.). Northwestern University Press.
- Gillmore, D. (2006). *We the media: Grassroots journalism by the people for the people*. O'Reilly Media.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Guilhaumou, J. (2006). Sieyès et le non-dit de la sociologie: Du mot à la chose. *Revue d'Histoire des Sciences Humaines*, 15, 117-134, Presses universitaires du Septentrion.
- The New York Times (2014). *Innovation report*. 조영신·박상현(역) (2014). <혁신 version 1.0>[On-Line]. Retrieved from https://docs.google.com/file/d/0B_rjlsk3VOqjeHRLelYtaXp3X2s/edit
- Jarvis, J. (2009). Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture[On-Line]. *Buzz Machine*. Retrieved from <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/>
- Kirk, H. (2000). *Who we are: A chronicle of the ideas that shaped our world*. 정기문(역) (2009). <지식의 재발견>. 서울: 이마고.
- Kovach, B & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What news people should know and the public should expect*. 이재경(역) (2009). <저널리즘의 기본요소: 기자가 알아야 할 것과 독자가 기대하는 것>. 서울: 한국언론재단.
- _____ (2011). *Blur: How to know what's true in the age of information*

- overload*. 김원욱 (역) (2012). <빌 코바치의 텍스트 읽기의 혁명>. 서울: 다산초당.
- Küng, L. (2015). *Innovators in digital news*. 한운희 · 나윤희 (역) (2015). <디지털 뉴스의 혁신>. 한국언론진흥재단.
- Lévy, P. (1998). La place de la médiologie dans le trivium. *Les Cahiers de Médiologie*, 6, 43-58.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (2013). *Histoire des théories de la communication*. Paris: La Découverte.
- Mauco, O. (2011). La mise en jeu des informations: Le cas du news-game. *Les Cahiers du Journalisme*, Automne, 22/23.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
- Meade, A. (2014. 9. 5). Digital journalists have great chance to develop much-needed transparency[On-Line]. *The guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/media/2014/sep/05/digital-journalists-have-great-chance-to-develop-much-needed-transparency>
- Mercier, A. & Pignard-Cheynel, N. (2014). Mutations du journalisme à l'ère du numérique: Un état des travaux. *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*.
- Neuman, W. & Just, M. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Palmer, M. & Nicey, J. (2011). *Homo informans suivi de lexique subjectif de l'homme informant*. Paris: Ed de l'Amandier.
- Petit, C. (2015. 12. 29). Le 1er janvier, la presse arrête son quotidien papier pour privilégier la tablette[On-Line]. *Le JDD*. Retrieved from <http://www.lejdd.fr/Medias/Au-Canada-le-1er-janvier-La-Presse-arrete-son-quotidien-papier-pour-privilegier-la-tablette-766323>
- Picard, R. (2009). *The end of journalism?*. The Media Business.
- Quant, T & Singer, J. (2008). Convergence and cross-platform content production. *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 130-146).

- NewYork and London: Routledge.
- Rosen, J. (2010). *The journalists formerly known as the media: My advice to the next generation*. Pressthink.
- Scherer, E. (2011). *A-t-on encore besoin des journalistes?*. Paris: Presses Universitaires de France.
- _____ (2014). Logiciels, algorithmes, robots: Journalisme automatique. *Meta-Media*, Automne/Hiver, 8.
- Schramm, W. (1997). *The beginnings of communication studies in America: a personal memoir*. 임영호 (역) (2014). <언론학의 기원>. 서울: 컬처북.
- Schudson, M. (1981). *Discovering the news: A social history of American newspapers*. Basic Books.
- _____ (2003). *The sociology of news*. 이강형 (역) (2014). <뉴스의 사회학>. 서울: 한국언론진흥재단.
- Stephens, M. (2006). *A history of news*. 이인희 · 이광재 (역) (2010). <뉴스의 역사>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- _____ (2014). *Beyond news*. 김익현 (역) (2015). <비욘드 뉴스>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Tuchman, G. (1980). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.
- Vinogradoff, L. (2014. 3. 10.). 3 leçons sur le journalisme 2.0[OnLine]. *Le Monde*. Retrieved from http://www.lemonde.fr/technologies/article/2014/03/10/3-lecons-sur-le-journalisme-2-0_4380109_651865.html
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. 이강형 · 최현주 (역) (2010). <왜 저널리즘은 항상 제자리걸음이었나?>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- _____ (2008). Journalism and the academy. In *the Handbook of Journalism Studies* (pp. 29-41). NewYork and London: Routledge.

투고일자	2016년 01월 15일
심사일자	2016년 02월 19일
게재확정일자	2016년 03월 03일

부록. 뉴스학의 주요 전공주제 소개

뉴스외교(news diplomacy)

글로벌 시대에 뉴스를 통해 국제여론을 주도하기 위한 전략으로 ‘뉴스외교’의 중요성이 점점 커지고 있다. 뉴스외교는 고품격 저널리즘을 통한 정보주권의 실현을 목표로 한다. 즉 공적인 지원을 받는 언론을 통해 주권에 위협이 되는 요소를 감시하고(본원적 보호), 국가이익과 관련한 국제사회의 주요 정보를 수집 및 분석하고(독립적 생산), 악의적이고 왜곡된 정보에 대한 대안정보의 생산을 통해 다양한 관점을 제공하며(선택적 활용), 국제사회와 대화 및 교류하고(구체적 발신), 나아가 국제사회의 공동선에 동참(합법적 기여) 하는 모든 활동을 뜻한다(김성해·강국진, 2014). 물론 학술적으로 뉴스외교는 낯선 개념이다. 국가권력을 견제하는 것을 목적으로 하는 언론과 외교 활동의 관계도 모호하다. 그럼에도 국제사회 대중의 공감과 동의(Hearts & Minds)를 얻는 데에서 뉴스는 결코 빼놓을 수 없는 변수였다. 뉴스외교의 필요성은 일찍부터 존재했다. 예컨대, 1942년 첫 방송을 내보낸 미국의 <VOA>는 미국과 국제사회에 대해 객관적이고 광범위하며 정확하고 신뢰할 수 있는 뉴스와 정보의 전달을 그 목적으로 했다(김성해·심영섭, 2012).

공공외교의 한 부분으로만 인식되던 뉴스를 통한 외교는 21세기에 접어들면서 확산되기 시작했다. 그 배경에는 미국 패권의 후퇴, 민주주의 확산과 여론의 영향력 증가, 국가이익의 다변화, 미디어 진입장벽의 붕괴 및 집단지성 시대의 도래 등이 포함된다(김성해·강국진, 2014). 디지털혁명으로 인한 국제방송에 대한 진입장벽의 붕괴도 결정적인 요인으로 작용했다. 미국과 영국이 독과점을 형성해 왔던 국제여론 시장에는 <프랑스 24>, <러시아투데이>, <NHK 월드>, <신화망> 등 새로운 경쟁자로 불리고 있다. 중동의 약소국 카타르가 세운 <알자지라>는 아랍권을 넘어 세계적으로 영향을 미치고 있다. 이들은 모두 국제사회에 자

국의 목소리를 알리겠다는 목적으로 설립됐다. 국제사회는 또한 뉴스외교에 참가하는 언론에 실질적인 독립성을 부여하고 있으며 ‘매력’ 경쟁이 아닌 ‘담론’ 경쟁이라는 점에서 차별성을 갖는다.

뉴스외교의 목표 공략층은 국제사회에 흩어져 있는 여론주도층 (opinion leaders)이다. 일반 국민의 여론 형성에 개입할 수 있는 집단으로 단순한 호감이나 감성적 동조보다는 논리적 설득이 더 중요하다. 또한 건전하고 합리적인 여론 형성에 필요한 것은 진실하고, 맥락을 담고 있으면서, 치우치지 않고, 쉽게 이해할 수 있도록 잘 가공된 정보다. 언론인에게 전문성이 요구되는 것은 이 때문으로 뉴스외교의 성패는 담론의 경쟁력에 좌우된다. 아직 우리에게는 낯선 영역이지만 이렇듯 뉴스외교는 글로벌 시대에 각국에서 국제여론을 주도하기 위한 전략의 하나로 경쟁적으로 진행되는 중이다.¹⁾

뉴스리터러시(news literacy)

뉴스리터러시는 복합 채널을 통해 전달되는 다양한 뉴스의 생산과정을 이해하고, 뉴스가 공동체에서 갖는 의미를 이해하며, 뉴스다운 뉴스

1) 관련 교재로는 다음과 같은 자료가 있다.

김성혜·강국진 (2009). <국가의 품격과 저널리즘 외교>. 한국언론진흥재단.

Bennett, L. & Paletz, D. (1994). *Taken by storm: The media, public opinion, and U.S. foreign policy in the Gulf War*. University of Chicago Press.

Cohen, B. (1993). *The press and foreign policy*. University of California Press.

Cushion, S. & Lewis, J. (Eds.) (2010). *The rise of 24-hour news television: Global perspectives*. New York & Washington: Peter Lang.

Dizard, W. (2001). *Digital diplomacy: U.S. foreign policy in the information age*. Praeger.

Seib, P. (1996). *Headline diplomacy: How news coverage affects foreign policy*. Praeger.

를 구분하고, 창조적으로 활용하고, 나아가 뉴스로부터 자신의 안전을 지키는 능력을 뜻한다(김성해, 2014). 이미 미디어 리터러시가 존재하기는 하지만 모든 종류의 미디어 메시지를 접근하고 평가하고 분석하는 방법을 뉴스 콘텐츠에 적용하는 것은 무리다. 홍수처럼 밀려드는 뉴스로 인해 선택과 활용의 최종 책임은 이제 각자의 몫이 되었다. 과거 언론사를 통해 편집된 뉴스를 소비하던 때와 달리 어떤 뉴스가 진실한지, 제대로 된 설명을 담고 있는지, 문제 해결에 도움이 되는지를 분별해야 한다. 특정한 목적을 가진 뉴스와 공정한 뉴스를 구분하고, 진실과 허위를 분별하고, 자신에게 필요한 뉴스를 직접 찾아야 한다. 악의적인 보도와 명예훼손과 프라이버시 침해와 같은 뉴스의 폐해로부터 자신을 지켜야 하며 교육, 여행, 비즈니스 등을 위해 뉴스를 효율적으로 활용하는 법도 배울 필요가 있다. 정부와 대기업이 고용하는 여론 공학자(spin doctors)의 희생양이 되지 않도록 뉴스를 둘러싼 정치와 경제적 맥락도 공부해야 한다. 누군가를 통해 자신의 관점과 해법을 전달하는 대신 블로그와 대안매체를 통해 직접 뉴스를 생산하거나, 뉴스 제작에 동참하는 방법도 찾아야 한다. 알면 다친다는 말이 통용되던 시대는 지났다. 법을 제대로 모르면 억울한 일을 당할 수밖에 없는 것처럼 뉴스를 모른다는 것은 총과 탄약도 없이 전쟁터에 나가는 것과 같다.

뉴스리터러시는 성숙한 뉴스 수용자를 목표로 한다. 성숙하다는 것은 민주주의에서 뉴스가 갖는 중요성을 이해하고 지속적인 관심을 가지며, 뉴스를 비판적으로 해석하고, 뉴스를 창의적으로 활용하며, 나아가 뉴스 활용에 따른 책임과 권리를 능동적으로 받아들인다는 의미다. 단순한 소비자가 아닌 시민으로서 좋은 뉴스에 대한 취향을 기르고, 좋은 뉴스를 장려하고, 좋은 뉴스의 생산과 유통에 적극 협력한다는 뜻도 포함한다. 주요 내용으로는 ‘뉴스에 대한 이해, 뉴스를 둘러싼 정치경제학, 뉴스의 품질 평가방법, 뉴스 활용방법 및 뉴스 소비자의 권리’등을 들 수 있다.²⁾

뉴스시큐리티(news security)

누구나 뉴스를 생산할 수 있는 시대에 잘못된 뉴스로 인한 피해는 누구에게나 닥칠 수 있는 가능성으로 존재한다. 더구나 그 피해는 불량음식이나 학교폭력에 비할 바가 아니다. 디지털 플랫폼을 통한 루머의 확산의 영향이 미치는 속도와 강도는 예측할 수 없고, 제대로 치유할 수 있는 병원도 없으며, 무엇보다 회복할 수 있는 방법을 찾기가 어렵다. 물론 권력을 가진 정치인이나 돈이 많은 기업인은 그래도 법을 통해 자신을 보호할 수 있다. 하지만 평범한 개인은 뉴스의 피해로부터 자신을 지키는 방법을 배운 적이 없다. 명예훼손, 사생활 침해와 인격살인과 같은 치유할 수 없는 새로운 유형의 질병이 있다는 것조차 모를 경우가 많다. 뉴스를 둘러싼 안전 문제는 국가 차원으로도 확대할 수 있다.

누구나 언제 어디서나 뉴스를 접할 수 있다는 의미에서 글로벌 공론장은 현실이다. 가령, 한국의 국가이익과 관계가 있는 뉴스가 공론장에 나올 경우 국내의 일반 뉴스와 마찬가지로 이해관계자는 이 뉴스의 존재를 알고 필요할 경우 대응할 것이라는 기대치가 있다. 잘못된 뉴스일 경우 교정을 요청할 것이고, 맥락이 없는 경우라면 반론권을 행사할 수 있다. 또한 필요한 경우 긍정적인 뉴스를 생산함으로써 한국에 대한 이

2) 활용 가능한 교재로는 다음과 같은 자료가 있다.

김동윤 외 (2010). <뉴스 수용자의 진화>. 커뮤니케이션북스.

김성혜 (2014). 한국형 뉴스리터러시 교육모델 제안. <신문과 방송>, 2월호, 31-34.

이정훈·이두황 (2011). <디지털 시대의 뉴스리터러시 향상 방안 연구>. 한국언론진흥재단.

황치성 외 (2014). <미래 성장동력으로서 미디어 리터러시>. 한국언론진흥재단.

De Botton, A. (2014). *The News: A user's manual*. 최민우 (역) (2014). <뉴스의 시대: 뉴스에 대해 우리가 알아야 할 모든 것>. 문학동네.

Laufer, P. (2013). *Slow news: A manifesto for the critical news consumer*. 유영희 (역) (2013). <슬로우 뉴스: 비판적인 뉴스 소비자가 되기 위한 선언서>. 생각과 사람들.

미지, 추진하는 대외정책 등에 대한 적극적인 여론 경쟁에 나설 수 있다. 정보주권에서 말하는 ‘본원적 보호’에 해당한다.

본원적이라는 것은 가장 기본이 되는 것으로 더 이상 양보할 수 없는 최소한의 범위를 뜻한다. 본원적 보호는 따라서 개인의 프라이버시 관련 정보와 같은 것으로 생각할 수 있다. 개인의 신상정보, 의료정보, 가족관계 등이 자의에 반해 공개되고 특정한 세력에 의해 이용되거나 잘못 사용될 때 인격권은 무너진다. 국민국가 역시 국가의 기밀이나 운영과정에서 발생한 각종 정보의 관리와 활용에 대한 독점적인 권리를 갖는다. 대상이 되는 영역은 군사위성을 통한 감시, 인터넷을 통한 불법 정보수집 및 구글 지도에 의한 사생활의 침해 등이다. 자국의 명예와 이익을 침해할 수 있는 부정적인 정보나 왜곡된 정보를 적극 방어하는 것도 여기에 해당한다. 뉴스라는 대중적이면서 지극히 정치적인 공적 지식에 대한 국가공동체 차원의 대응이 뉴스시큐리티에 포함될 수 있다. 물론 이 경우 자칫 언론자유와 같은 보편적 가치를 훼손하거나 흑색선전이나 의도적인 거짓을 통해 뉴스 경쟁에 뛰어드는 문제는 반드시 경계할 필요가 있다.³⁾

3) 참고자료는 다음과 같다.

- 김성해 (2014). 미국 패권의 후퇴, 국제 정보질서 그리고 국가이익: 중견국 한국의 정보주권 실현을 위한 이론적 탐색. <언론과사회>, 22권 4호, 54-94.
- 언론인권센터 (2013). <언론에 당해 봤어?>. 커뮤니케이션북스.
- 언론중재위원회. <언론중재>, 월간 간행물.
- 이광범 외 (2002). <한국언론과 명예훼손소송>. 나남.
- 한국언론재단 (2002). <언론 명예훼손 핸드북 Q & A>. 한국언론재단.
- Andrews, L. (2012). *I know who you are and I saw what you did: Social networks and the death of privacy*. 김승중 외 (역) (2015). <SNS의 보이지 않는 위협: 당신의 프라이버시는 죽었다>. 영진닷컴.
- Nussbaum, M. (2011). *The offensive internet: Speech, privacy, and reputation*. 김상현 (역) (2012). <불편한 인터넷: 표현의 자유인가? 프라이버시 침해인가?>. 에이콘출판사.

Abstract

The Evolution of Academic Discipline in time of Digital Revolution : Exploratory Approach to ‘Newsology’ as a Field of Study

Sunghae Kim

Professor, Daegu University

Minjung Jin

Post-doctoral Researcher, Daegu University

Expansion of news is undeniable. The news breaks through all kinds of physical barriers with the help of digital revolution. News format represented by textual one has evolved into such integrated ones as hypertext, infographics, and digital writings. Also is it virtually impossible not to expose into news and its impact regardless of location, time and preference. This paper in this context projects the idea of ‘Newsology’ as an independent field of study.

Modern academic disciplines such as economics, psychology and sociology owe much to social, economic and political changes resulted from the industrial revolution. Unprecedented needs for making sense of and applying for transformations made it happen. The same logic can be employed to the news. Both lack of specialty and mingling with various fields also help to the emergence of newsology as a systematic and inclusive discipline. It is the reason why the second step attempts to sorting out the differences and similarities among related fields. On the last part, it explores possible sub-fields like news security, news diplomacy and news literacy in way of articulating.

Until the mid 20th century, even psychology was not fully considered as systematic department in university. The evolution of academics shows, however, the power of imagination which drives vision into reality. Lots of steps along with difficulties are inevitable in the road for newsology. This paper will be likely to be a crucial bridge for it. The authors hope this essay to spur further discussion with insights.

Keywords: News, Digital revolution, Journalism,
Communication studies, Information and communication
science, Academic discipline, News security,
News diplomacy, News literacy