

# 서비스 저널리즘의 시대

뉴스選擇權이 누구에게 있어야 하는가? 崔 永 定 (韓國新聞協會事務局長)

## 一、無個性과 紙面數

『요즘의 新聞은 한결같이 비슷하다. 즉 신문마다 특색이 별로 없고 자의 똑같은 내용들이다』라는 비판이 들린다.

이에 공해 편집인들은 『신문마다 조금씩 다르다. 잘 읽어보면 알게 된다』고 명확한 부정도 긍정도 아닌 대꾸를 하기 일쑤이다.

각 신문마다 특색이 약간 있고 편집상의 레이아웃에서도 조금씩 다른 하지만 대체로는 個性이 약하고 劃一化되고 있어 비슷한 紙面, 內容으로 채워져 있다는 세론이 전혀 그릇된 것이라고 단정하기는 좀 약한 처지이다.

하기야 週 48면, 하루 8페이지밖에 발행 못하는 우리 신문의 처지에서 별 수 없는 현실일지도 모른다.

신문 8페이지면 段數로는 4면이 17段씩 인 만큼 모두 1백 36段이다. 그중 廣告가 차

지하는 段數는 4면마다 平均 6~8段인 만큼 모두 48~52段이다.

결국 나머지 84~88段의 記事를 게재하는 면적인 셈인 만큼 廣告대 記事의 占有 비율은 4대 6에서 3.5대 6.5 정도이다.

이 84~88段을 놓고 17년 동안 4社의 편집인들은 각기 특색 있는 지면제작을 하고 자 치열한 경쟁을 벌여 온 셈이다.

벽차게 많아진 情報를 좁은 紙面에 고루 소화시키려 안간힘을 쓴다지만 한계가 있기 마련이다.

결국, 조금이라도 個性있게, 多樣的 제작을 위해 노력하고 머리로 짜낸 끝에 독자앞에 내놓는 것이 오늘의 紙面이다.

근래의 고도성장 아래 독자의 생활 환경이 달라지고 의식도 높아짐에 따라 그리고 TV, 라디오 등 電波媒體 등과의 경쟁에 이기기 위해서 신문 편집인은 時流에 상응한 제작의 변혁이 필요함을 잘 인식하고 있다.

급격히 넘쳐흐르는 情報量의 소화 때문에 따르지 못하는 오늘의 紙面부족—— 그렇다고 이것만이 그들의 필사적인 노력에도 불구하고 紙面의 劃一化라는 壁을 뚫지 못하는 主因이 되는 것일까?

4社의 줄기찬 部數擴張 경쟁—— 즉 모든 年齡層, 모든 職業層마다 받아들여질 수 있는 『萬人用』 신문을 만들려다 보니, 결국 이것저것 個性 없는, 均一化된 지면으로 되고 마는 것도 아닐까? 즉 신문의 沒個性化는 部數 경쟁의 副產物이 아닌가도 보여진다. 데 제검토의 여지가 있다.

## 二、서비스 저널리즘의 丹粧

海外的 신문들은 TV世代, 즉 活字에 그 리 魅力을 느끼지 않은 세대들이 늘어나는 것에 고민하면서 그 대책에 腐心하고 있음이 엿보인다.

「보는 讀者」에의 대책이 아니고 「보는 者」를 「읽는 讀者」로 끌어 넣기 위한 지면 제작 대책에서 그러하다.

活字를 기피하는 世代들에 대한 보다 적극적인, 보다 매력적인 신문물을 만드는 데 역점을 두고 있는 것이다.

이른바 「서비스 저널리즘」의 조류가 여기서 나온 듯하며, 독자의 기호, 관심 등과 신문 제작을 유기적으로 연결시키려는 시도가 지금 한창이다.

「시카고 데일리 뉴스」의 「서비스 저널」이란 特輯이 그 典型——。

주 ▲月요일 〓 비즈니스 ▲火요일 〓 패션 ▲水요일 〓 식사 ▲木요일 〓 청소년을 위한 음악 ▲金요일 〓 홈 ▲土요일 〓 藝能 TV。

이 분량만큼 增페이지를 하며, 제작경비는 광고수입으로 커버한다.

이밖에 1면에는 꼭 컬러 사진을 넣고 편집도 극적하고 대담하게 한다.

또 「뉴욕 타임즈」도 새로 丹粧을 하고 나섰다.

「세계 제1의 重厚한 신문」과 「灰色의 귀부인」이란 두 개의 평가를 받아 온 「뉴욕 타임즈」가 이제 「뉴욕 타임즈」와 「매력있는 귀부인」으로 단장을 고친 것이다.

「살즈버거」社長 지휘하에 단행된 지면쇄신 내용은 다음과 같다.

- ① 水요일 〓 생활, 식사에 관한 것
- ② 木요일 〓 가정 중심의 家具, 용단 등을
- ③ 金요일 〓 週末 오락으로 연극, 영화, 오페라 등의 정

보 특집—— 곧 月요일 〓 스포츠, 火요일 〓 패션 특집을 할 예정이다.

이 특집도 增페이지로 채워지며 종래의 記事量은 줄이지 않고 있다.

「워싱턴 포스트」도 이에 뒤질세라 지면을 채신하여 「서비스 저널리즘」의 대열에 끼었다.

「印刷할만한 값어치가 있는 모든 뉴스를 신는다」라던 편집자—— 그는 이제 「讀者의 요구에 답하는 情報」 취급에도 힘을 본산하게 된 것이다.

편집자는 그동안 「사람들이 무엇을 요구하는가는 우리들이 정한다」던 뉴스 선택권 주장이 무너짐을 실감하게 된 것이고 修正받고 있는 것이다.

이런 紙面제작이 자칫 『廣告도 아니고 記事도 아닌 것들』에 의한 지면 채우기로 되기 쉬움은 말할 나위 없다. 이른바 「애드버토리얼」이 그것이며 「애드버타이스먼트」와 「애드토리얼」의 混血兒가 나온다. 철저한 『소비자 보도』의 典型이다.

그래서 「注文제작新聞」의 제작자도 나왔다. 「크리어 저널」紙와 「루이빌 타임즈」紙가 이를 추진중이다.

「현재의 신문독자는 매일 지면에 게재되는 모든 기사에 흥미를 갖고 있지 않음」으로 이제는 독자가 읽기를 원하는 기사만을 받아 볼 수 있게 할 신문을 만든다는 이론이다. 신문의 본래의 개념 즉 「월드 저널리즘」이 변질되는 것일까?

### 三、讀者의 소리와 社說

日本の 신문들은 「開放된 신문」 제작을 표방하고 있다.

「오픈 키친 시스템」을 신문제작에 채용했다는 것이다.

자기들은 「取材되어 쓰여지는 쪽, 즉 읽는 쪽이 되어 기사를 쓰크 신문을 만든다」는 것으로 풀이된다. 取材되는 쪽은 어떻게 쓰여질까? 에 늘 不安하기 마련이고 그래서 쓰인 기사를 전화로 읽어 주는 마음가짐도 필요하다는 것이다. 論評·解說에서 찬·반 그대로 공개하며 讀者의 주문, 비판도 고스란히 받아들인다. 되도록 署名記事로 책임을 지고 독자의 반응도 스트레이트로 나타나게 한다. 뉴스도 취재취위까지 신문이 독점 않고 송두리째 공개할 의무를 다한다는 것이다. 드디어, 이 讀者의 소리와 社說을 함께 취급하는 시도가 생겼다.

「에디토리얼 페이지 에디터」制가 이미 미국의 큰 신문들사에 널리 번져 있다.

「에디터」가 「에디토리얼 에디터」로 되거나 이젠 「에디토리얼 페이지 에디터」로 불리게 된 것이다.

그에게는 「意見과 社說의 페이지」를 다루는 權限이 부여된 것이다. 즉 主筆은 社說만을 책임지는 것이 아니라 「독자의 편지」까지 관장하여 다양한 주장과 意見의 소개 및 對比를 하게 된다.

이것은 論說委員과 讀者와의 대화를 의식적으로 위어나가는 방식이다. 폭 넓게 취급되고 개방된 이 페이지에는 경쟁상대社의 社說까지도 주저없이 소개된다. 「워싱턴 포스트」는 신문계 내부 이야기까지도 소상히 밝히고 取材上의 경쟁까지도 폭로, 반성케 한다 고 들린다.

이것은 어느 정도 신문의 보도성에서 언론성의 발전으로 받아지나 역시 독자 제일주의의 제작용신임에 틀림없다.

#### 四、告發저널리즘의反省

한편 신문이 「제4의 權力」이 되어서 언론은 것이 무엇이냐는 自省의 소리가 나와 있어 주목을 끈다.

신문이 立法、行政、司法의 3權에 맞먹는 지위를 확보하면서 어느 사이 자기도 權力을 휘두르게 되고 독자도 무시하게 된 것에 대한 반성이 미국, 일본 언론계에 번져 있었다.

「워터게이트」사건, 「다나카」(田中) (금메사건 등 이른바 「인베스티게이티브 리포팅」(探訪記事) 또는 「告發 저널리즘」의 후유증을 두고 고민하는 새 局面이다.

「워싱턴 포스트」紙의 젊은 두 記者에 의한 이 사건의 보도는 신문의 기능, 역할을 새로 인식시킨 「告發 저널리즘」의 대표 케이스인데 이것이 신문에 있어 本領인가 또는 그 方向으로 갈 것인가 하는 데는 문제가 있다.

「워싱턴 포스트」의 「사이먼즈」 편집국장은 「워터게이트」사건 취재 보도는 성공적이었지만 두 가지 걱정을 낳았다. 하나는 美國의 저널리스트나 志望生들이 「워터게이트」 사건같은 화려한 사건 취재만 하려 한다는 것이고 다른 하나는 讀者들도 신문의 그같은 보도를 안해 주는 한 무슨 소용이 있는냐고 생각케 되었다는 사실이다」고 말한 바 있다.

「웨스·젤러거」前AP通信副사장은 「프레스가 무책임하게 특권과 힘의 한계를 넘어선다면 제3자에 의해 골려 울려 떨어지게 되고 특히 民衆에 의해 용납되지 않을 것이다」고 경고했으며 「앤더슨」美新聞協會長은 「일부의 記者들이 기계이 정부당국자와 대립자로서의 입장을 말하려 함은 문제이다. 기자는 게릴라가 아니다. 손에 넣은 文書면 무엇이든 게재하려 함도 피해야 한다」고 각각 自省을 촉구한 바 있다.

#### 五、多様성과 勞力강화

告發저널리즘이 어떠한 후유증을 낳는 간에 「워터게이트」사건이나 田中金脈사건의 취재 記者들이 어느 記者클럽에도 속해 있지 않은 프리랜서 또는 月刊誌기자들이고 그들은 다 리로 걸어서 끊임없는 추적을 벌인 끝에 이룩한 그 意志의 結果에 우리는 칭찬을 아끼지 말아야 할 것은 물론이다.

記者室이란 파이프, 경찰이란 파이프를 통

해當局과 너무 가까와지고 반면 민중에게서는 멀어지고 있음이 우리의 현실이 아닐까?

「워터게이트」같은 큰 사건이 이따금 있을 수 없는 일인만큼 오히려 日常的인 보도에 충실함도 본래 사명을 다하는 것으로 보아진다.

告發저널리즘이 새로운 취재보도의 영역일 수는 있지만 그렇다고 신문이 「檢察型」이나 「宗教裁判型」일 수만은 없기에 그러하다.

「뉴욕 타임즈」紙가 「새丹粧」을 할 때 記者들의 저항도 있었다 한다.

국제뉴스, 全國뉴스 등 큰 기사로 숨겨져 발휘하려고 입사한 젊은 기자들에게 室內장식이나 週末오락안내 기사 등이 안중에도 없었을 것은 뻔하다. 요즘처럼 記者들에게 取材의 多様化가 요구된 때도 없는 셈이다.

특파원이 生活기사도 쓰고 정치기사가 생선시장 기사도 다루어야 되니 말이다. 신문 산업이 아무리 시설이나 장비면을 강화해도 노동집약적인 구조면을 벗어날 수 없음과 같이 기사도 노동강행을 감수해야 된다는 결론이 나온다.

여기서 유능한 人材의 많은 양성이 요청된다. 그들에게서 신선한 아이디어가 쏟아져 나올 것이고 따라서 紙面의 다양화, 개성화도 이룩될 것이다.

과연, 오늘 매스 미디어의 부문이 他산업 부문에 비해 보다 유능한 人材들을 모아들이고 있는가? 또 신문사는 기자들에게 어떠한 後日의 비전을 주고 있는가?

## 六、「全新聞」과「머도크」理論

「全新聞論」주「토틀 뉴스페이퍼」란 신문 경영관도 총력戰에 바탕을 두고 있다.

「시카고 선 타임즈」紙의「폴·허트」副社長이 제창하는 것으로 신문사 各局、各部の 색선을 없애고 신문의 당면문제를一體가 되어 해결해 나가자는 주장이다.

중래의 사장—상부—구—부의 피라미드型系統圖에서「全新聞」에서는 社長이 중심이 되고 그 外側의 圓에 국장、그 外側의 圓에 부장들이 配置되는 同心圓型이다. 여기서 국장、각 부장간에 壁이 없다.

이 同心圓型조직에서 편집자가 擇한 뉴스가 아니고 독자가 원하는 뉴스를 찾아내 제작하는 방향으로 진행된다. 원맨쇼는 없고 팀워크가 중시되는 새 신문의 제작 스타일이다.

이로써 신문을 대표하여 독자와 접촉하는 인원이 늘어나고 전문지식이 팀워크 안에서 꽃피운다. 各局은 城壁을 쌓아 자기 영역을 지키려 들지 않고 局을 초월한 協力체제가 이루어짐으로써 그 효과는 자못 크다는 평이다.

편집자가 택하는 뉴스의 히구성—그 실례가 나왔다.

美「인디애나폴리스」의 新聞이 76년도 大事件에 관해 편집자와 讀者들에게 각각 투표를 실시했다.

그 결과 편집자가 선택한 10대 뉴스중 6割이 讀者들이 선정한 10대 뉴스중에 들지 않은 것들이었다고 한다.

이 놀라운 사실을 두고 「세계 어느 나라 어느 곳에 이처럼 消費者가 소망하지 않는 것을 제공하려는 산업이 있다는 말인가?」고 개탄한 신문경영인이 있다.

그는 濠洲와 英國에서 90개의 신문을 경영하고 재작년 미국 最古의「뉴욕 포스트」紙도 買收하여 그 재건을 서두르는 新聞王「루파트 머도크」씨다.

『怪物』 또는 『惡黨』으로도 불리는 그의 신문관, 경영철학은 찬인하며 독자를 서슴지 않는 한말로 센세이셔널한「消費者新聞」主義로 집약된다.

그 내용을 간추려 보면 다음과 같다.

① 利己의 이치 等質이 아닌 점은 世代에 봉사하는 지면을 만들 것. 市場 上層에 있는 소수의 選民 독자만을 대상하지 말 것.

② 모든 사람의 생활에 日刊紙가 보다 不可缺한 것으로 환원시킬 것. TV 등에 이기려면 신문이 사전의 기계적 기록자이어서는 안된다. ③ 신뢰를 얻기 위해 無色이어야 한다는 주장은 받아들이지 말 것. 신문이 被統治者の 생활보다 통치기관을 커버하는데 비중을 두고 있다. 우리는 생활 스타일이나 購買 습관의 변화를 모르고 있다. ④ 쓰여진 言語로 讀者의 마음속에 통하도록 含蓄 오히려 지닌 한 길을 찾자. 우선 讀者의 관심을 끌지 않으면 시간의 낭비이다. 소커뮤니티의 關心

을 못하고는 신문은 필경, 적은 어느 층의 機關紙일 수밖에 없다. 大衆的인 신문발행이 低俗할 수는 없다. ⑤ 손쉬운 處方은 없다.

우선 자기 신문과 독자 사이에 서로 통하는 化學作用이 필요하다. 최대한의 사람에게 손을 펴 봉사하고 對話하는 의무를 다해야 한다. ⑥ 발행부수가 늘는 신문에는 전무이사 1명이면 족하나 부수가 減退하는 신문에는

새발행인, 새편집자 등 새 스태프가 필요하다. 廢刊되는 신문의 편집인과 기자는 거의 評論家나 저널리즘의 교수가 된다. 그만큼 그들은 헌신하였고 칭찬받을 만하다.

이상이「머도크」씨의 주장인데 한 말로 讀者 소비자의 關心에만 편중된 느낌의 주장이나 우리들에 참고가 됨은 사실이다. 그의 뉴욕 入城으로 미국의 신문계가 잠을 깨고 活氣를 띠기 시작했다는 소식이 이를 말한다.

## 七、報道性과 言論性

신문의 기능은 많다. 그중 오늘의 변잡하고 混沌한 시대에서 해설기능, 통찰력, 평론 활동은 더욱 중요하다.

특히 어려운 문제가 많은 이때 難題解決型의 캠페인이 필요하고 이른바 신문의 先見性이 크게 기대된다.

독자들이 가장 크게 기대하는 것으로「자 기들의 安全」이 아닐까 생각된다. 경제, 교육, 주택 등 모두가 자자의 안전

과 연결된다.

이 경우, 독자는 바로 豫言的, 豫測的인 미래 설계를 필요로 하기보다 日常의 생활에 실마리가 되는 것을 잡아내고자 신문은 읽는다고 보아진다. 이것에는 더욱 장기적 전체적 그리고 深層的인 취재가 있어야 그들의 기대에 부응되는 물론이다. 이때 고도의 전문성이 요청되는데 전문기자의 양성에 우리는 허점 투성임을 자인해야 한다.

다양화된 가치욕구와 진행되는 인간의식의 변화, 경제적, 물질적 욕구가 충족된 후, 즉 소득 임금 이외에 강하게 생기는 정신적 만족욕구, 생활이나 노동환경의 快適化, 생활이나 환경의 안정, 노동의 보람, 교제나 취미에 의한 인간적 喜悅의 요구 등에 대응하기 어렵거나 많은 전문적 지식이 우리에게 강요되고 있는 것일까?

오늘날 新聞도 어느 의미에서 더 깊은 迷途에 빠져들고 있는지 모른다.

『眞實은 우리가 갖고 있는 것 중 가장 소중한 것이다. 그러므로 節約하자』(마크 트웨인)는 말이나 『국가를 망치는 진실도 있다』(佛作家 장·지로드)는 경구 말고도 『美國은 眞實을 절약할 힘을 잃었다』고 워터게이트 事件을 개탄한 『폴브라이트』議員의 비판에서 告發저널리즘의 윤리성이 신랄하게 평가됨을 본다.

『서비스 저널리즘』도 신문의 言論性에서 볼 때 문제가 따를 수 있다.

소비자 보도에 있어 상품이나 서비스에 관

해 質, 安全性 및 값에 대해 비판적으로 다루어짐이 소망스럽다. 그러나 비판적인 소비자 보도를 독자에 제공 하는 것과 廣告主에게 적절한 판매시장, 환경을 제공하는 것과는 잘 兩立안된다. 또 신문의 성격과 사명이 『日常에서 생기는 일을 진실하게 이해하기 쉽게 知的으로 사물에 의미를 주는 방법으로 決算하는 것』인한, 『서비스 저널리즘』一邊 倒는 경고받아 마땅한 일면이 있다.

신문 본연의 성격과 사명이 일부의 신문들에 의해 변질되는 듯한 현실에 비판이 없을 수 없기에 그러하다.

여기가 바로 신문의 迷途시대이다. 그러한 신문이 살아 남아 번창할지 모른다. 그러나 자칫 뉴스보도의 기능에서의 후퇴는 『그럼 신문이 社會 전반에 어떠한 서비스를 할 것인가?』라는 의문을 남게 한다.

그 신문 가운데 告發저널리즘이, 얼마만큼 유효할 수 있을까? 그 신문에서 海外에서의 무거운 보고나 비판이나 강력하고 지속성 있는 오피니언 리더로서의 편집 내용이 얼마만큼 자리를 차지할 수 있을 것인가?

이들 신문이 포기한다면 어느 미디어가 수행한다는 말인가? 아니면 우리 사회가 벌써 그러한 日常的인 『決算』을 필요로 하지 않게 되었다는 것일까?

하나 분명한 것은 신문이 낡은 殼에서, 舊態에서 벗어나 꾸준히 自己進化, 核分裂을 촉진하여야만 신문이 잘 팔릴 것이라는 사실이다.

### 讀者原稿募集

좋은 讀者는 좋은 冊을 만든다고 합니다. 月刊으로 發行하는 本誌는 매스컴 一般理論과 並行해서 新聞, 放送制作에 活用할 수 있고 各種國內國外資料·統計 등을 收錄하고 있습니다. 現役 言論人 여러분의 體験과 研究論文은 本誌의 內容을 한층 格調 높게 꾸며 줄 것입니다. 아무쪼록 바쁘신 中에도 本誌 發展을 위해 많은 投稿과 指導 있으시기 바랍니다.

#### 原稿內容

- ① 論 文.....『저널리즘』에 關係된 것 (40張 內外)
- ② 隨 想.....新聞, 放送人의 生活 (16張 內外)
- ③ 紀行文·探訪記.....紀行, 特派取材 (20張 內外)
- ④ 取材落穂.....남기고 싶은 取材 뒷얘기 (30張 內外)
- 募 集 期.....隨時

\*揭載分에 대해서는 所定の 稿料를 보내 드립니다.

### 新聞과 放送 編輯部