

## 한국 신문 문화저널리즘의 특성과 위상 변화

### 1960~2010년대 종합 일간지 분석\*

박선이 동서대학교 미디어커뮤니케이션학부 객원교수\*\*

이 연구는 한국의 저널리즘 현상에서 뚜렷하게 한 분야를 형성하고 있는 문화저널리즘의 특성과 그 함의를 1960년대에서 2010년대에 이르는 50년 동안 미디어 환경 변화의 맥락에서 탐구하였다. 한국의 신문은 1960년대 기업적 경영이 본격화된 후 1980년대의 양적 성장, 1990년대 인터넷 매체의 등장, 2010년대 발행 부수와 구독률, 열독률 감소라는 미디어의 경제적 환경 급변을 겪어 왔다. 이러한 가운데 문화저널리즘의 특성과 위상은 어떻게 변화해 왔는지 논의하기 위하여 주요 일간 신문에 대한 내용 분석을 수행하였다. 그 결과, 한국 신문의 문화저널리즘 특성을 크게 세 가지로 발견할 수 있었다. 첫째, 문화저널리즘은 지난 50년간 신문 시장의 성장과 팽창, 인터넷과 모바일 환경의 등장, 다매체 경쟁의 격화와 종이 신문의 이용 감소 등 미디어 환경의 변화 속에서 새로운 독자를 포섭하기 위한 전략 콘텐츠로 채용되었다. 증면 시기에는 지면 증가율보다 더 가파르게 양적 증가를 보여 준 반면, 감면 시기에는 지면 감소율보다 더 크게 감소하는 등 경제적 조건에 매우 민감하게 반응하는 특성을 보여 주었다. 둘째, 문화저널리즘은 단순한 정보 제공자에서 문화의 평가자이자 매개자로 변모하였다. 이는 신문이 시장 친화적으로 변모할 때 나타나는 현상으로 볼 수 있었다. 셋째, 발행 부수와 열독률 감소 등 신문의 위기 징후가 뚜렷한 가운데 문화저널리즘도 양적 감소와 함께 장르별 기사 취재 관행을 벗어나 사회 전반과 일상으로 시선을 넓혔던 변화의 동력을 잃고 있는 것으로 나타났다.

**주제어** 문화저널리즘, 저널리즘, 신문, 내용 분석, 신문의 위기 징후

\* 이 연구는 2017년 SBS문화재단의 제3회 <미디어 경제와 문화> 신진학자 우수논문상 지원을 받아 수행된 연구로, 저자의 2015학년도 이화여자대학교 박사학위 청구 논문 <한국 신문의 문화저널리즘: 형성과 변화>의 연구 분석에 사용한 데이터를 활용하여 새롭게 구성하였습니다.

\*\* sunnypar@naver.com

## 1. 문제 제기

문화저널리즘(cultural journalism)<sup>1</sup>은 문화 영역에서 뉴스 가치가 있는 사람이나 사건, 현상을 수집하고 보도하며, 문화를 특화된 영역으로 하는 저널리즘 내의 하위 장르로 정의된다(Jaakkola, 2015). 이는 보도 대상에 대한 심미적, 비평적 접근을 수행한다는 특성을 지니며(김영옥, 2004) 정치, 경제, 사회 분야를 다루는 저널리즘과 뚜렷하게 구별되는 전문 영역을 구성해 왔다(서희건, 1996; 장호순, 2004).

저널리즘의 한 분야로서 문화저널리즘은 인터뷰, 피쳐, 칼럼, 비평 등 저널리즘 관행에 따른 기사와 지면 형식을 통해 체현된다. 특정한 문화적 사건, 현상, 인물을 기사로 선택 혹은 배제함으로써 문화저널리즘은 한 사회에서 문화와 지식의 위계를 정하고 시대 변화에 따라 새로운 가치관과 문화적 정통성을 재생산한다(김세은, 2009). 문화저널리즘은 또 사실보도와 논평이라는 저널리즘의 본질을 실천함에 따라 그 사회의 문화 현상과 변화를 직접적으로 반영한다. 한국 사회의 급격한 변화와 경제 성장 속에서 문화의 규모도 급팽창했는데, 출판 분야만 해도 1969년 한 해 동안 1962개의 출판사에서 2312종 541만3692부를 출간하던 것이 2009년에는 3만5191개의 출판사가 4만2191종 1억621만4701부를 출간, 수십 배에 이르는 성장을 보였다(한국출판문화협회, 2012). 2005년 연간 2만 1173건이던 공연·전시회가 2014년에는 9만4338건으로 급증했다(통계청, 2016). 이처럼 문화의 외연이 수십 배 커지면서 문화저널리즘은 필연

---

1 문화저널리즘이라는 용어가 국내에서 저널리즘 연구와 관련되어 처음 사용된 것은 최일남(1991)의 '문화저널리즘의 한계와 전망'이 처음이다. 국외 연구들은 영문으로 cultural journalism이라고 표기하고 있다. culture가 아니라 cultural인 이유를 조용제 등은 "문화를 광의로 해석하여 저널리즘과의 관계를 거시적으로 설명하기 위해서"(2009, p.151)라고 말했다.

적으로 확대되었다.

문화저널리즘은 또 미디어 시장의 경쟁이 격화될 때마다 중요한 전략 콘텐츠로 채택되어 왔다(임영호 2013; Goulden, 1988; Turow, 2009). 국내에서도 멀리는 일제 강점기 민간 신문이 조석간제를 처음 도입하며 증면할 때 학예란의 확대가 분명하게 나타났고(이혜령, 2005; 조선일보사, 2010), 한국 사회의 경제 발전과 민주화, 개방화에 따라 1980년 대 신문 증면이 대폭 이루어진 시기에는 전체 지면의 증가율보다 문화저널리즘의 증가율이 더 높았다(이준우, 1987). 지면이 급증하고 섹션 발행이 시작된 1990년대에는 기사가 실린 전체 지면 중 문화면 비율이 신문사 별로 적게는 19.9%에서 많게는 35.3%까지 나타나기도 했다(장호순, 2004).

그러나 한국 신문의 문화저널리즘은 이처럼 중요한 의미를 지녔음에도 불구하고, 신문의 기업적 경영이 본격화된 1960년대 이후 1980~1990년대 급격한 양적 성장과 2000년대 디지털 미디어와의 경쟁을 거쳐 신문의 이용이 뚜렷하게 감소되는 2010년대까지 저널리즘 연구에서 별다른 주목을 받지 못했다. 달그렌과 스파크스(Dahlgren & Sparks, 1992)는 저널리즘이 주로 경성(硬性) 뉴스, 특히 정치적 성격을 중시하는 뉴스 생산에 국한되어 규정되었다면서 저널리즘 연구가 연예 뉴스, 스포츠TV 등 대중 문화 영역에 주목할 필요가 있다고 일찍이 제안했는데, 디지털 기술 발전이 문화의 상품화를 촉진하고 저널리즘의 내용과 형식을 급속도로 변화시키고 있는 지금이야말로 문화저널리즘에 대한 논의가 절실한 시점이다.

한편, 문화저널리즘은 종이 신문 이용의 급격한 감소<sup>2</sup>에 따른 신문의

2 한국의 종이 신문 열독률은 2002년 82.1%에서 2015년 25.4%로 56.7% 포인트가 떨어졌고(한국언론진흥재단, 2015), 발행 부수 역시 연 평균 3.3~4.9% 씩 지속적으로 감소하고 있다(한국언론진흥재단, 2014).

위기 징후(이준웅, 2010; 이준웅·최영재, 2005)와 관련해서도 그 변화상을 논의할 필요가 있다. 실제로 2000년대와 2010년대 신문을 비교했을 때 문화저널리즘의 양적·질적 위기가 확인되기도 했다(김경희·이기형·김세은, 2015). 1990년대 이후 문화저널리즘이 양적인 면에서 신문 내용의 상당 부분을 차지해왔다(장호순, 2004)는 점을 고려할 때, 종이 신문의 위기가 문화저널리즘의 분량과 내용, 그리고 미래에 어떠한 영향을 미치고 있는지 면밀히 살펴볼 필요가 있다.

이러한 문제의식을 바탕으로, 이 연구는 대표적인 전국 규모 종합 일간지에 대한 내용 분석을 통해 한국 신문의 문화저널리즘이 지닌 특성과 위상 변화를 탐구했다. 이를 통해 지난 50년간 한국 사회의 문화적 의미를 구성하는 데 큰 역할을 수행해 온 문화저널리즘의 현황과 위상을 실증적으로 파악하고, 저널리즘과 문화저널리즘의 품질에 대한 논의를 발전시키는데 기여하고자 한다.

## 2. 연구의 배경

### 1) 문화저널리즘의 등장과 특성

저널리즘은 공적으로 중요하다고 간주되는 당시 사건에 대한 정보나 논평이며(Schudson, 2002) 뉴스는 “공공 지식(public knowledge)”으로 간주된다(Schudson, 1995, p. 16). 이러한 개념을 문화저널리즘에 적용하면, 문화저널리즘은 특정 시기·특정 사회에서 문화의 공적인 의미를 구성하며 문화 영역의 공공 지식으로 수용된다고 할 수 있다.

그렇다면 저널리즘 영역에서 ‘문화’는 어떤 의미를 지니고 있을까. 문화에 대한 현대적 정의로 가장 널리 인용되는 영국의 비평가 윌리엄스에

따르면, 문화라는 용어의 의미는 대략 세 가지로 구별된다. 첫째, 지적, 정신적, 미학적 발달의 전체적 과정을 뜻한다. 둘째 어떤 국민, 시대, 집단 또는 인간 전체의 특정한 삶의 방식을 가리킨다. 셋째, 음악, 문학, 회화와 조각, 연극, 영화 같은 지적 활동과 예술 활동의 실천 및 거기서 나온 작품을 말한다(Williams, 1983/2010). 저널리즘에서 다루는 문화를 정의하기 위해 먼저 서구 신문에서 문화저널리즘의 연원을 찾아보면, 1800년 프랑스 신문<sup>3</sup>이 제작한 ‘포예통(Feuilleton)’을 발견할 수 있다(Hausser, 1951/2016). 시민 계급 독자들에게 문예 분야의 읽을거리를 제공하는 이 지면은 정치 기사와 달리 쉽고 자유로운 문체를 허용, 처음부터 대중 독자 확대와 신문 매출 증대를 목표로 고안되었다(Dianina, 2003). 이러한 연원과 함께 문화저널리즘에 대한 오래된 설명 중 하나가 “새로 나온 책이나 영화 등 문화 생산물, 또는 관련 내용을 사건으로 보는 뉴스 보도와 이러한 뉴스에 대한 해설 및 비평”(Hohenberg, 1960/1962, 468쪽)이라는 점을 고려할 때, 문화저널리즘에서 말하는 문화의 개념은 윌리엄스의 세 번째 정의와 가장 가깝다고 할 수 있다. 즉, ‘문화’가 정부 부처의 명칭으로 사용될 수 있는 것과 마찬가지로(Williams, 1982/1984) 미디어 조직 내 부서 이름이나 특정 지면의 면 머리(header)에 사용될 수 있는 것이다.<sup>4</sup> 국내외 선행 연구들이 분석한 문화저널리즘의 보도 대상과 이 연구에서 논의하는 문화저널리즘에서도 문화는 추상적이고 포괄적인 광의의 문화가 아니라, 문화 영역을 보도하는 저널리즘에서 나타나는 통상적 범주들로 한정된다.

3 파리에서 발간한 Journal des Debats 1월28일자에 처음 나타났다. 문예란은 정치 뉴스와 뚜렷하게 구분해서 아래쪽에 실어 포예통(1층)이라는 별칭이 붙었다.

4 이 연구의 분석 대상 신문들은 문화부를 영문으로 Cultural desk 혹은 Department of Culture 로 표기했고, 지면 머리(header)에 영문자로 ‘Culture’라고 표기하기도 했다.

한국에서 문화저널리즘의 연원은 1920년 창간한 <조선일보>와 <동아일보>의 학예란으로 보는 것이 통설로(이규태, 1966; 이준우, 1987; 최일남, 1982), 뉴스의 이용이 모바일 인터넷 기반으로 크게 옮겨간 2010년대에 이르기까지(한국언론진흥재단, 2015) 근 100년 동안 공공의 문화적 장으로 사회에 지식과 교양, 오락을 제공하는 중대한 역할을 맡아왔다. 일제 강점기 민간 신문 학예란은 “정치 무대를 갖지 못한 이때 (중략) 민중과 더불어 전진하는 일종의 정치면 대행 역할을 하였으며, 민중 계몽과 인문 발전에 가장 진지하고 열렬하게 주동적인 역할을 했”(최준, 1993, 265쪽)다는 논의에서 보듯, 역사가·문인 등 지사적 언론인들이 민족정신을 고양하거나 식민지적 근대화에 대한 비판적 논의를 펼치는 장소로 활용되었다(이혜령, 2005). 이러한 성격은 1960년대 초까지도 계속되었으나, 1960년대 중반 상업적 신문 경영과 독자 확보 경쟁이 심화되면서(이종숙, 2013), 문화저널리즘에 대해서도 뉴스 가치에 바탕을 둔 저널리즘의 형식과 내용을 채택해야 한다는 목소리가 높아졌다(남재희 외, 1965; 이규태, 1966). 이후, 1980년대 신문 카르텔의 해체와 발행 부수 자율화와 1990년대 주요 신문의 조간 전환과 증면, 섹션 발행 등 미디어 환경의 경제적 변화는 문화저널리즘의 양적 확대를 불러왔다. 특히 신문 간 경쟁뿐 아니라 케이블 TV 등 다양한 매체와 경쟁해야 했던 1990년대 중반 이후 신문들은 기존의 문체와 편집 스타일을 뛰어넘는 새로운 양식을 도입하는 등 문화저널리즘을 독자층 확대를 위한 전략 콘텐츠로 채용하였다(김세은, 2008; 2009; 김세은·이기형·김경희, 2014; 홍은희, 2008, 2012). 이상길(2013)은 이 시기 문화저널리즘의 광역화가 소비문화의 확산, 문화 경제의 성장 등 사회경제적 변동과 긴밀하게 맞물려 있다고 진단했다. 하지만, 2010년대 들어 미디어 환경이 온라인 기반으로 급변하는 가운데 신문의 문화저널리즘은 기사량이 줄었을 뿐 아니라 비평·리뷰·해설 기사가 감소하는 등 양

식의 다양성과 비평적 관점의 제시에서 한계가 드러났다(김경희 외, 2015). 이준웅과 최영재(2005)는 뉴스 매체의 기능적 대체(인터넷 이동) 과 저가치 제공(뉴스 품질의 저하), 공정성 문제를 신문 위기의 원인으로 진단했는데, 문화저널리즘에서도 유사한 위기 징후가 나타나고 있음을 짐작할 수 있다.

## 2) 문화저널리즘에 대한 연구들

저널리즘과 문화에 주목한 연구들은 크게 두 갈래로 나뉜다. 먼저, 저널리즘의 문화적 성격에 주목한 연구자들은 저널리즘 자체를 대중문화로 보거나(Dahlgren & Sparks, 1992) 저널리즘 생산 과정에 작용하는 저널리스트, 미디어 조직의 문화적 특성(Schudson, 2002; Tuchman, 1978)이나 저널리즘의 실천과 관련된 상징, 의례, 관습 등에 주목했다(Zelizer, 2004/2010). 이와 달리 저널리즘 내용 중 문화를 다루는 분야에 주목한 연구자들은 문화저널리즘의 본질과 기능을 밝히는 데 중점을 두었다. 이들은 문화저널리즘이 저널리즘의 객관성 원칙에 비추어 ‘조금 다른 저널리즘’이라고 논의하거나(Forde, 2003) 예술 예외주의를 인정하는 저널리즘 현상의 한 분야라고 여겼다(Harries & Whal-Jorgensen, 2007). 이 연구는 후자의 문제의식을 이어간다. 주목할 점은 문화저널리즘의 특성 변화에 대한 통시적 연구가 국내외 모두 2000년대 이후 활발해졌다는 점이다. 이는 디지털 기반의 뉴스 미디어가 종이 신문을 대체하는 미디어 환경 변화가 전 지구적으로 진행되면서, 전통적으로 신문을 기반으로 형성되어 온 문화저널리즘에 본질적 변화가 관찰되었기 때문으로 보인다.

국외의 통시적 문화저널리즘 연구는 짧게는 1970년대에서 2000년대에 이르는 30년간(Hellman & Jaakkola, 2011), 길게는 19세기 말에서 2000년대에 이르는 100년간(Kristensen, 2010) 신문의 문화저널리즘에

나타난 변화와 특성을 탐구했다. 이들은 문화저널리즘의 중심이 고급문화 영역과 비평에 치중하던 엘리트적 성격에서 대중문화 분야로 옮겨 가고 있다는 점을 공통적으로 발견했다. 이러한 변화는 미디어 경영의 관점에서 보다 많은 대중 독자를 새롭게 발굴하고 이익을 확대하기 위한 노력의 결과로 분석되었다(Gollin & Cordoso, 2009; Hellman & Jaakkola, 2011; Larsen, 2008; Janssen, 1999). 라르센(Larsen, 2008)과 얀센(Janssen, 1999)은 각각 20세기 후반의 노르웨이 신문과 네덜란드 신문에서 문화저널리즘의 보도 대상이 문학, 미술 등 순수 예술에서 대중문화, 라이프 스타일로 넓어지고 있는 것을 발견했다. 프랑스, 독일, 네덜란드, 미국 4개 나라의 문화저널리즘이 다룬 범주를 분석한 페어부드와 얀센(Verboord & Janssen, 2015), 핀란드 신문의 문화저널리즘에 나타난 변화에 주목한 헬먼과 야콜라(Hellman & Jaakkola, 2011) 역시 1970년대 이후 팝 음악과 영화 등 대중문화 보도가 압도적 주류를 차지하게 된 것을 확인했다. 덴마크 신문의 문화저널리즘을 지속적으로 연구해 오고 있는 크리스텐센과 프롬(Kristensen & From, 2012, 2015a, 2015b, 2015c)은 특히 할리우드 영화 같은 전 지구적 문화 상품이나 라이프 스타일 분야에 대한 보도 같은 ‘서비스 저널리즘’이 문화저널리즘의 지배적 성격으로 새롭게 나타나고 있으며, 블로거 등 온라인 ‘신참자’들이 기존의 문화저널리즘을 변화시키고 있다는 것을 발견했다.

국내에서도 2000년대 이후 문화저널리즘 연구는 문화와 사회, 저널리즘의 통합적인 맥락에서 신문과 문화 담론, 권력의 문제, 문화의 사회적 역동으로 관심 영역을 넓혔다(김경희 외, 2015; 김세은, 2009; 김세은 외, 2014; 김영욱, 2004; 윤선희, 2006; 이기형, 2006; 이종숙, 2013; 조용철 외, 2009; 홍은희, 2008, 2012). 이는 1990년대 중반 이후 한국 사회에 나타난 문화 산업의 성장과 수용자의 증가, 다양한 문화 현상에 대한 사회적



관심, 문화 연구의 도입, 신문의 증면과 섹션화에 따른 문화 기사의 형식과 내용 변화 등이 일정한 영향을 미친 것으로 보인다(김경희 외, 2015; 남재일, 2013; 이기형, 2006).

문화저널리즘에 대한 국내의 관심은 저널리즘 연구와 문화 연구의 관점에서 다양하게 나타났다. 저널리즘의 한 영역으로서 문화저널리즘의 정의와 현상에 주목한 김영옥(2004), 장호순(2004)은 문화저널리즘이 ‘심미적 경험의 대상에 대한 보도’이며 정보 제공과 영향력 행사, 오락의 기능을 함으로서 ‘읽는 재미’가 크고 시의성이 적다는 특성을 찾아냈다. 홍은희(2012)는 문화저널리즘이 ‘예술’ ‘연예’ 같은 특정한 영역을 중심으로 이루어지는 저널리즘의 실천이라는 관점에서 그 확장성을 논의했다. 이들은 문화저널리즘이 일간 신문이라는 특정한 뉴스 매체의 저널리즘 관행 안에서 어떤 특성을 지니고 실천되는지에 주목함으로써 문화저널리즘의 본질을 정의하는 데 기여했지만, 분석 대상의 제한적 규모로 인해 한국 신문의 문화저널리즘이 지닌 통시성과 역동성을 심도 깊게 논의하는 데는 과제를 남겼다.

문화 연구의 입장을 적용한 윤선희(2006), 이기형(2006)은 문화저널리즘이 지식 담론과 저널리즘의 일상적 실천이 교차하는 하나의 ‘접경 지역’이라는 개념을 제시했다. 조용철 등(2009)은 문화저널리즘의 의미를 문화와 사회, 정치의 커뮤니케이션 과정에서 재평가하고, 광의의 문화저널리즘으로 관심을 넓혀 가자고 제안하였다. 하지만 이들 논의는 문화저널리즘의 실천적 현상보다는 개념화와 비판적 이론화에 집중되었다는 점에서 실제 현상에 대한 접근이 아쉬움으로 남는다.

문화저널리즘의 특성과 변화 양상에 대한 국내의 관심은 2010년대 들어 실증적이고 통시적인 연구로 심화되고 있다. 2003/2004년과 2013/2014년의 문화저널리즘의 변화 양상을 분석한 김세은 등(2014)과 김경희 등(2015)은 미디어 이용의 플랫폼이 디지털로 이동하는 현실에서 문화저

널리즘의 내용과 특성에 나타난 변화에 주목, 문화저널리즘의 위상과 수준이 크게 약화되고 있으며 온라인 환경은 문화저널리즘의 영역과 위상을 위협하고 있다고 우려했다. 한편, 〈한성순보〉부터 1990년대 신문의 문화 섹션까지 100년의 시기를 통시적으로 논의한 이종숙(2013)은 1990년대 이후 나타나고 있는 섹션 발행과 문화저널리즘의 양적 확대에 대해 “가장 상업화된 방식으로 (중략) 문화저널리즘에서 특화된 지식과 정보의 다양성, 심층성의 방향이 과연 무엇을 의미하는가”(301쪽)를 숙고해야 한다고 주장하였다. 이러한 문제제기들은 한국 신문의 역사적 특징과 문화저널리즘의 관계, 미디어 조직 내의 문제, 문화 생산자와 문화저널리스트의 상호작용, 글로벌 기업 규모로 확대되고 있는 문화 산업과 문화저널리즘의 긴장/협조 관계에 대한 관심으로 연구 주제가 확장되었다는 점에서 의미를 지닌다.

### 3. 연구문제

이 연구는 한국 신문의 문화저널리즘에 나타난 양적·질적 특성을 미디어 환경 변화와 관련하여 탐구하고, 그와 관련한 위상 변화를 논의하고자 한다. 이를 위해 1960~2010년대에 걸친 지난 50년간 한국 신문이 생산한 문화저널리즘의 양적·질적 특성을 분석하고 시기별, 신문사별로 다르게 나타나는 분석 내용이 미디어를 둘러싼 경제적 환경의 변화와 어떠한 관련을 갖는지도 살펴보고자 한다. 이를 위한 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1: 1960~2010년대 신문의 문화저널리즘의 양적 변화는 어떻게 나타나는가?

- 연구문제 1-1: 시기별, 신문사별 발행 지면과 문화면, 문화 기사의 양적 특성은 무엇이며 어떠한 변화가 나타나는가?
- 연구문제 1-2: 문화저널리즘에 나타난 양적 변화는 문화저널리즘의 특성 및 위상과 관련하여 어떠한 함의를 갖는가?
  
- 연구문제 2: 1960~2010년대 신문의 문화저널리즘의 질적 변화는 어떻게 나타나는가?
- 연구문제 2-1: 시기별, 신문사별 문화 기사의 형식 특성은 무엇이며 어떠한 변화가 나타나는가?
- 연구문제 2-2: 문화저널리즘에 나타난 기사의 형식 및 내용 특성 변화는 문화저널리즘의 역할과 관련하여 어떠한 함의를 갖는가?
  
- 연구문제 3: 2010년대 나타난 '신문의 위기 징후'는 문화저널리즘에 어떠한 영향을 미치고 있는가?
- 연구문제 3-1: 2014/2015년 문화저널리즘에 나타난 양적·질적 변화는 무엇인가?
- 연구문제 3-2: 2014/2015년 신문사별로 드러난 문화저널리즘의 특성은 무엇이며 이는 문화저널리즘의 위기 징후로서 어떠한 함의를 갖는가?

#### 4. 연구 방법

##### 1) 분석 대상 및 기간

한국 신문의 문화 저널리즘 특성과 위상 변화를 논의하기 위해 이 연구는 양적인 내용 분석을 시행하였다. 연구문제를 탐구하기 위한 분석 대상은 전국 단위의 종합 일간지로<sup>5</sup> 문화저널리즘의 보편적 특성과 분석 대상 신

문 및 시기에 따른 개별적 특성을 살펴보기 위하여 창간 시기와 발행 규모, 논조에서 차이를 보이는 <조선일보>, <중앙일보>, <한겨레> 등 3개 신문을 선택하였다.<sup>6</sup> <조선일보>와 <중앙일보>는 보수적 성향을, <한겨레>는 진보적 성향을 대표하는 신문으로 자리 잡았으며, 이는 이들 신문의 독자 프로파일에서도 확인되고 있다(한국언론진흥재단, 2013, 2014, 2015).

분석 기간은 한국 신문의 현대적 성격이 형성되기 시작한 1960년대부터 인터넷 매체의 등장 이후 신문 이용의 감소가 뚜렷해진 2010년대까지, 1968/1969년, 1978/1979년, 1988/1989년, 1998/1999년, 2008/2009년, 2014/2015년 등 마지막 분석 기간을 제외하고 모두 10년 간격으로 6개년을 정했다.<sup>7</sup> 일간 신문의 내용을 분석하는 데는 보통 구성된 2주가 1년 치 내용을 대표하기에 충분하다고 본다(Stempel, 1952: Riffe, Lacy, & Fico, 1998/2001에서 재인용). 이 연구에서는 분석 대상 신문들이 매일 다양한 장르의 문화 기사를 싣고 있는 현실을 감안, 신문이 발행되는 모든 요일이고루 포함되도록 클라크(Clark, 1960: 차배근, 1979에서 재인용)의 회전

5 한국언론진흥재단 미디어통계정보시스템(<http://mediasis.kpf.or.kr/mediaStatistics>)의 언론 산업 분류체계에 따라 전국 종합 일간지(1.1.1)는 2015년 현재 총 11종이었다.

6 <조선일보>는 일제 강점기인 1920년 조선총독부가 민간 신문 발행을 허용한 결과로 창간하였고, <중앙일보>는 1965년 제3공화국의 언론 산업 육성 계획에 따른 기업의 언론사 경영 정책의 결과물이다. <한겨레>는 1987년 민주화의 결실로 1988년 창간하였으며, 한동안 맥이 끊겼던 진보 언론의 재등장이라는 점도 고려하였다. 발행 규모는 한국ABC 협회의 2015년 인중 부수를 기준으로 <조선일보>(발행 154만 부, 유료 126만 부), <중앙일보>(발행 96만 부, 유료 75만 부)가 1, 2위를 기록했고 <한겨레>(발행 24만 부, 유료 20만 부)는 진보적 논조의 신문 가운데서는 발행 규모가 가장 컸다. 현재 발간되고 있는 종합 일간지 가운데 문화저널리즘의 무게가 큰 다른 신문들도 있지만 예비 조사 결과 소유 구조, 논조, 발행 형태 등에서 연구의 분석 대상 신문들과 뚜렷한 차이가 나타나지 않아 최종적으로 3개 신문을 분석 대상으로 정했다.

7 연구 수행 시기(2015년)로부터 10년 간격으로 역산하면 분석 기간의 출발점은 1964/1965년이 자연스럽지만, 분석 대상 신문들의 창간 시기(중앙일보 1965년 9월, 한겨레 1988년 5월)와 조건 전환, 섹션 발행 등 미디어 환경 변화가 컸던 시기를 고려하여 위와 같이 각 연도별로 8월~이듬해 7월로 1년 치를 구성했다.

식 표집 방법을 사용, 신문이 발행되지 않는 요일을 제외하고 각 요일이 두 번씩 포함되도록 했다. 이렇게 해서 추출된 날짜의 전체 지면 5440개를 모두 PDF<sup>8</sup> 파일로 다운로드 받은 뒤 인쇄하여 사용했다.

표집 대상 지면은 신문에서 전체적으로 문화저널리즘이 차지하는 비중과 위상, 내용과 형식 특성의 변화를 파악하기 위해 1면부터 전체 지면 모두를 대상으로 하였다. 분석 단위는 문화 내용을 담은 개별 문화 기사<sup>9</sup>이다. 문화 기사의 범주는 심미적인 문화 예술과 종교, 대중문화 분야로 한정하였다. 선행 연구들에 따르면 문화 기사의 범주는 심미적 성격의 문화 예술 분야에만 국한한 경우(홍은희, 2008, 2012)와 여성, 건강, 의식주생활, 육아, 여행, 레저, 과학 등을 포함한 연구(김세은 외, 2014; 윤선희, 2006; 이준우, 1987; 장호순, 2004)로 대별되는데, 예비 조사를 통해 지면과 신문사 조직을 검토한 결과 과학과 건강은 대부분 문화의 영역을 벗어나 있고 여행, 레저, 여성-생활은 문화에 속한 곳도 있고 아닌 곳도 있었기 때문에 논의의 명확성을 위하여 심미적 성격의 문화 기사로 범주를 제한하였다. 이런 절차를 거쳐 분석 대상으로 추출한 문화면은 522개, 문화 기사는 2497개였다.

분석 유목의 분류와 개념화는 이재경(2000, 2007), 장호순(2004), 임영호(2013), 홍은희(2008, 2012) 김세은 외(2014)의 선행 연구와 한국 언론진흥재단이 펴낸 ‘기사 자료 표준 분류표’를 준용하여 문화 보도의 장

8 <조선일보>는 한국학술정보시스템(kiss.kstudy.com)에 전 지면을 PDF 파일로 제공하고 있으며, <중앙일보>와 <한겨레신문>은 자사 데이터베이스에 구축된 PDF파일을 유료(일부 무료)로 제공하고 있다. <한겨레>의 일부 기간은 마이크로필름 상태로 보존되어 있다.

9 문화 기사는 이 연구의 문화 기사 범주에 포함되는 ‘문화’를 담고 있는 뉴스 보도 기사와 사설, 시사 칼럼, 교양 칼럼 등을 모두 포함했으며 TV 프로그램 편성표와 행사 안내 기사, 보도 목적으로 게재된 시와 사진, 그림 등도 문화 기사로 보았다. 단, 고정적으로 연재되는 소설이나 만화는 제외했다.

르별 분류와 게재 기사 수,<sup>10</sup> 게재 지면, 게재 위치, 기사 형식과 심미성에 대한 평가 유무 등을 분석할 수 있도록 기초 정보와 내용 특성, 형식 특성 3개 분야로 구분, 모두 21개 항목을 코딩하였다.

## 2) 주요 변수의 측정

### (1) 양적 특성: 시기별, 신문사별 문화면과 문화 기사의 분량, 문화 기사의 장르 분포

분석 기간 동안 신문의 전체 지면 수의 증감과 문화면 수, 문화 기사 수의 증감을 각 시기별, 신문사별로 측정하였다. 문화면은 면 머리(header)에 문화, 방송, 연예, 북스, 종교, TV 등 문화 관련 영역을 표시한 지면이며, 그 외 게재 지면은 1면, 종합면, 사회 및 지방면, 여론면, 인물면, 스포츠면, 광고 특집면 등 실제 신문에 나타나는 지면 구분에 따라 모두 14개로 구분했다. 1면은 그날의 뉴스 가운데 가장 중요한 의제를 특별히 부각시키는 곳(이재경, 2003; Tuchman, 1978/1995)이며 종합면과 여론면, 인물면은 각각 그날의 주요 의제와 화제의 뉴스, 논설, 인물을 담는 지면이다. 이처럼 문화면이 아닌 지면에 실린 문화 기사의 분량과 내용을 측정할 이유는 문화 영역이 어떻게 보편적인 뉴스 가치를 적용받고 있으며 문화저널리즘의 위상이 어떻게 드러나는지 논의하기 위해서였다.

신문은 문화 현상에 대한 취재 보도를 기존의 장르 구분에 따라 수행하는데(김경희 외, 2015), 문화저널리즘에서 다루는 문화예술의 장르에 어떠한 변화가 나타났는지, 그 의미는 무엇인지 탐구하기 위해 기사가 다루고 있는 분야를 문학, 출판, 서평, 학술, 종교, 문화재, 전통 공연, 클래식

---

10 기사의 크기는 측정하지 않았다.

음악, 연극, 뮤지컬, 영화, 미술, 건축, 만화, 대중음악 등 21개로 구분해 시기별, 신문별 기사 분량을 측정했다. 이를 통해 문화저널리즘이 어떤 분야에 대해 문화적 정통성을 부여하는지, 또 그 변화의 함의는 무엇인지를 탐구하고자 했다.

### (2) 질적 특성: 시기별 및 신문사별 문화 기사의 형식과 평가적 성격 유무

문화저널리즘이 다른 분야를 다루는 저널리즘과 가장 구분되는 특성으로 취재 보도 대상이 지닌 심미성(김영옥, 2004)과 이에 따른 기사의 비평적 요소가 지목되어 왔다(장호순, 2004; Forde, 2003). 이 연구는 먼저 기사 형식을 스트레이트, 피쳐/해설, 인터뷰, 단신, 리뷰, 프리뷰, 칼럼, 사진 기사, 창작물(시, 시조 등 문학 작품과 만화, 사진 등), 표 등으로 구분하여 어떤 기사 형식이 주로 사용되고 있는지 측정했다. 이와 별도로 기사가 비평적 성격을 지니는지 보기 위하여 기사 속의 평가적 요소 유무를 시기별, 신문사별로 측정하고, 평가적 요소를 호의적, 비판적, 중립적 평가로 구분하였다. 이를 통해 한국의 문화저널리즘이 수행하는 역할의 특성과 변화 여부를 파악하고, 그 함의를 논의하고자 하였다.

### (3) 코더 간 신뢰도

내용 분석을 위한 코딩에는 연구자와 저널리즘 전공 대학원생 1명이 참여하였다. 수집된 분석 대상 기사 2497개의 약 12%인 300개를 무작위로 추출, 명시적 변인인 신문명과 발행 날짜 등 기초 정보를 제외하고 내용 특성 11개 항목, 형식 특성 3개 항목에 홀스티(Holsti) 지수를 사용해 코더 간 신뢰도를 측정한 결과, 기사 장르 0.923, 평가/의견 요소의 유무 0.939, 기사의 종류 0.944 등 모든 항목이 0.9 이상(평균 0.954)으로 높은 일치도를 보였기에 이후 코더들은 나머지 기사를 반분하여 각각 코딩하였다. 내용

분석 측정의 수준은 명명 척도(nominal measure)에서 이루어졌다.

## 5. 연구 결과

### 1) 미디어 환경의 경제적 변화와 문화저널리즘의 특성 변화

#### (1) 문화저널리즘의 양적 변화와 그 특성

내용 분석 결과, 문화저널리즘의 양적 특성은 전체 지면의 증감이라는 미디어의 경제적 조건 변화와 밀접한 관계를 지닌 것으로 나타났다. <표 1>에서 보는 것처럼, 분석 기간 동안 대체로 전체 지면이 대폭 증가하는 시기에 문화면 증가율과 문화 기사 증가율이 높고, 반대로 전체 지면 증가가 정체되거나 감소하는 시기에는 문화면과 문화 기사가 크게 감소한 것을 알 수 있다.<sup>11</sup>

분석 대상 신문 전체를 볼 때 1988/1989년은 한국 신문의 문화저널리즘이 양적으로 급증한 중요한 시기임을 알 수 있다. 이전 분석 시기가 없는 <한겨레>를 제외하고 <조선일보>와 <중앙일보>만 봤을 때도 전체 지면은 114.6% 늘었다.<sup>12</sup> 이 같은 지면 증가는 경제 성장과 민주화, 개방화의 영향으로 1987년 신문 발행 카르텔이 깨진 결과이다(김해식, 1994).

11 전체 지면 증감과 문화면 및 문화 기사량의 관계성을 알아보기 위해 단순 회귀 분석을 실시한 결과, 전체 지면의 증감은 문화면 및 문화 기사의 증감에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 전체 지면 증감이 문화면 증감에 미치는 영향은  $*p < .05$ ,  $**p < .01$ ,  $***p < .001$  모델의 설명력은 약 11% ( $F = 300.098$ ,  $p < .001$ )였으며, 전체 지면 증감이 문화 기사 증감에 미치는 영향은  $*p < .05$ ,  $**p < .01$ ,  $***p < .001$  모델의 설명력은 약 11% ( $F = 302.650$ ,  $p < .001$ )였다.

12 <표 1> 1988/1989년의 전체 지면 수는 <한겨레>를 포함했을 때 552개, <조선일보>와 <중앙일보>만은 412개이다. <한겨레> 창간 전인 이전 시기와 비교하기 위하여 <조선일보>·<중앙일보>만 포함한 숫자는 () 안에 표시했다.



(단위: n)

표 1. 분석 시기별 및 신문사별 전체 지면, 문화면, 문화 기사, 1일 평균 문화 기사 수

연도	전체				조선일보				중앙일보				한겨레			
	전체 면수	문화 면수	전체면 대비 문화면 (%)	1일 평균 문화 기사 수	전체 면수	문화 면수	1일 평균 문화 기사 수	1일 평균 문화 기사 수	전체 면수	문화 면수	1일 평균 문화 기사 수	1일 평균 문화 기사 수	전체 면수	문화 면수	1일 평균 문화 기사 수	1일 평균 문화 기사 수
1968/1969	148	16	10.8	102	76	7	57	4.8	72	9	45	3.75	-	-	-	-
1978/1979	192	22	11.5	171	96	9	89	7.4	96	13	82	6.8	-	-	-	-
1988/1989 <sup>†</sup>	552 (412)	86 (64)	15.6	377 (224)	204 (10.2)	28	124	10.3	208	36	120	10.0	140	22	133	11.1
1998/1999	1,254	146	11.6	680	462	55	258	21.5	472	51	220	18.3	320	40	202	16.8
2008/2009	1,672	137	8.2	622	616	44	248	20.7	620	40	168	14.0	436	53	206	17.2
2014/2015	1,622	115	7.1	545	628	35	207	17.3	618	33	100	8.3	376	47	238	19.8
합계	5,440	522	9.6	2,497	2,082	178	983	13.7	2,086	182	735	10.2	1,272	162	779	16.2

<sup>†</sup>1988/89년의 전체 숫자는 (한겨레)를 합한 것이며, ( ) 인은 (조선일보), (중앙일보) 2개만 포함한 숫자.

이 시기 문화면 증가율은 이전 시기 대비 190.9%로, 분석 기간 중 발행 면 수 대비 문화면 비율이 15.6%로 가장 높았다. 이에 비해, 문화면의 절대적 분량이 가장 많았던 시기는 분석 기간 중 이전 시기 대비 전체 지면 증가율이 127%로 가장 높았던 1998/1999년이다. 이 시기 전체 문화면 수는 146개로, 1일 평균 4.06개로 나타났다.<sup>13</sup>

하지만 2000년대 들어 전체 지면의 감소 추세와 뚜렷한 관계 속에서 문화저널리즘의 양적 감소가 나타나기 시작했다. 전체 지면 수가 이전 시기 대비 33% 증가에 그쳤던 2008/2009년에는 문화면과 문화기사가 각각 6.2%, 8.5% 감소하며 분석 기간 중 처음으로 문화저널리즘의 양적 감소가 나타났다. 전체 지면 수가 이전 시기 대비 3% 감소한<sup>14</sup> 2014/2015년에는 문화면이 26.1%, 문화기사가 12.4%가 감소해, 전체 지면 감소율을 크게 앞질렀다. <표 1>을 보면 2014/2015년 분석 대상 신문의 전체 지면과 문화저널리즘의 증감 추이가 모두 다르게 나타나는데, 이러한 현상이 함의하는 바는 뒤에 신문사별 특성 분석을 통해 보다 구체적으로 논의하겠다.

## (2) 문화저널리즘의 내용 변화: 고급문화에서 대중문화로

문화저널리즘에 나타난 문화예술 장르의 변화를 보기 위해 분석 기간과 문화기사 2497개의 장르를 교차 분석한 결과, 통계적으로 유의미하게 나타났다(\*  $\chi^2 = 460.641$ ,  $df = 100$ ,  $p \leq 0.000$ ). 1968/1969년과 1978/1979년에는 문학, 학술, 클래식 음악 같은 이른바 ‘고급문화’가 중심이었지만 케이블 TV와 인터넷의 등장으로 다매체 시대에 들어선 1998/1999년에는 영

13 분석 기간 중 이 시기는 문화섹션이 별도로 발행되었다. 1일 문화면 분량은 1968/69년 0.67면, 1978/79년 0.92면, 1988/89년 2.39면, 2008/09년 3.8면, 2014/15년 3.19면으로 나타났다.

14 분석 기간 중 처음으로 전체 지면의 감소가 나타났다.

표 2. 분석시기별 가장 많이 다룬 장르 top5

(단위: %)

연도/순위	1	2	3	4	5
1968/1969	문학 (16.7)	기타 (14.7)	학술 (10.8)	영화 (8.8)	클래식음악 (7.8)
1978/1979	미술 (12.3)	기타 (9.9)	문학 (9.4)	방송연예 (8.7)	종교 (8.4)
1988/1989	문학 (10.6)	기타 (9.0)	방송연예 (6.9)	영화 (5.8)	종교 (5.6)
1998/1999	영화 (17.5)	방송연예 (10.0)	서평(7.4)	미술-대중음악 (각 5.7)	
2008/2009	출판 (10.9)	서평-영화 (각 8.8)		문학 (7.9)	미술 (6.6)
2014/2015	서평 (19.3)	문학 (11.6)	영화 (7.9)	미술-방송연예 (각 6.4)	
전체	영화 (10.1)	서평 (9.2)	문학 (8.8)	방송연예 (6.9)	미술 (6.2)

화, 방송연예, 대중음악 같은 ‘대중문화’ 영역이 대폭 확대된 것을 발견할 수 있었다. <표 2>는 위 교차 분석 결과를 최다 장르 순으로 보기 쉽게 재구성한 것이다.

구체적으로 시기별 특성을 보면, 1968/1969년은 영화를 제외하면 모두 고급문화로 분류되는 장르가 문화저널리즘을 구성하고 있었다. 방송연예 분야는 1978/1979년에 처음 5위에 든 뒤 1988/1989년에는 3위, 1998/1999년에는 2위로 나타났다. 이 시기는 앞의 <표 1>에서 보듯, 전체 지면이 각각 이전 시기보다 크게 늘어난 때로, 증면에 따라 대중문화의 중요성이 커졌음을 알 수 있다. 시장 경쟁이 격화되는 시기에는 보다 더 시장 친화적인 콘텐츠로 지면이 채워지는 것은 외국 사례에서도 많이 발견된다(Hovden et al., 2008; Jaakkola, 2015; Kristensen, 2015a). 대중문

화에 대한 문화저널리즘의 관심은 1998/99년이 하나의 분기점으로 파악된다(〈표 1〉, 〈표 2〉 참조). 이 시기에 〈비트〉, 〈8월의 크리스마스〉, 〈접속〉, 〈초록물고기〉 같은 문제작이 한꺼번에 나왔고 〈여고괴담〉, 〈쉬리〉가 잇따라 관객 동원 기록을 세우면서 ‘한국 영화의 르네상스’가 하나의 사회적·문화적 현상으로 나타났던 때이다(주창규, 2011). 바로 이 시기에 영화가 문화저널리즘이 다루는 장르에서 처음으로 수위를 차지한 것은 문화저널리즘이 당대의 문화 산업을 적극적인 취재 보도 대상으로 포섭하고 있음을 보여 준다. 실제 1994년 44.7%였던 영화 관람률이 2003년 53.3%, 2016년 73.4%로 크게 성장했다(문화체육관광부, 2016). 커란, 더글라스, 그리고 완넬(Curran, Douglas, & Whannel, 1980)은 영국 신문이 대중 독자를 확보하기 위해 영화, 레코드, TV 프로그램 소개 같은 오락적인 내용을 크게 늘리고 편집 디자인과 신문 내용을 변화시켰다고 지적했는데, 1990년대 초 케이블 TV 방영 개시 등 한국의 미디어 환경 변화 역시 문화저널리즘의 대중문화 영역 확대에 중요한 요인이었음을 추론할 수 있었다.

이 시기 대폭 늘어난 영화, 방송연예 등 대중문화 기사와 관련해 특기할 내용은 대중문화 분야가 진지한 뉴스로 다뤄지고 있다는 점이다. 내용 분석 유목 중 기사가 주제에 접근하는 방식에 대해 주제 중심적 진지한 접근은 ‘전문성’으로, 주제와 상관없는 가십성 기사는 ‘주변성’으로 코딩하였는데, 분석 기간과 문화 기사 전체를 교차 분석한 결과, 기사의 97.7%가 전문성을 지닌 진지한 기사라는 점이 통계적으로 유의미하게 나타났다(\* $\chi^2 = 32.678$ ,  $df = 10$ ,  $p \leq 0.000$ ). 방송 연예 등 대중문화 기사 역시, 통계적으로는 유의미하지 않았지만(\* $\chi^2 = 9.250$ ,  $df = 5$ ,  $p = 0.099$ ), 전체 기사의 97.9%가 전문성을 지닌 것으로 나타났다. 이는 고급화 전략을 통해 대중문화의 사회적 중요성을 승인하는 문화저널리즘의 확대 전략

이라고 볼 수 있었다.

문화저널리즘에 나타난 주요 장르 변화 중 또 하나 중요한 특성은 서평 기사의 등장과 지속적인 성장이다. 서평 지면은 1996년 〈문화일보〉가 처음 독립된 지면으로 제작한 뒤 2000년대 중반까지 대부분의 신문이 4~8개 면의 별도 섹션으로 제작할 정도로 중요한 문화저널리즘 내용이 되었다(김재윤 외, 2002). 이는 1995년 한 해 동안 2만5910종이 발간되던 데서 2005년 4만2191종으로 출판 시장이 성장한 실제 문화 현상의 변화가 반영된 것으로 볼 수 있다. 내용 분석 결과, 2008/2009년 신문에서는 독립된 서평 섹션은 사라지고 본지 속 2개 면 안팎으로 줄어든 것으로 나타났지만 서평 기사는 2008/2009년 분석 대상 3개 신문 모두에서 가장 많이 나타난 문화 기사였으며, 2014/2015년 〈조선일보〉와 〈한겨레〉에서 가장 많이 나타난 문화 기사였다. 지식 및 교양을 중점에 두는 출판·서평 기사와 대중문화의 대표적 영역인 영화가 한국의 문화저널리즘에서 뚜렷한 대표성을 지니는 것은 문화저널리즘이 전통적인 교양 및 계몽 특성을 유지하는 한편, 영상 및 온라인 미디어에 익숙한 독자를 겨냥한 대중화 전략 사이에서 숨 가쁜 줄타기를 하는 것으로도 볼 수 있었다.

## 2) 문화 기사 형식을 통해 본 문화저널리즘의 역할 변화

### (1) 문화 기사 형식의 변화: 평가 요소의 증가와 리뷰/프리뷰 기사 증가

문화저널리즘의 특성 변화에서는 의견과 평가가 포함된 기사가 늘어난 점이 뚜렷한 특성으로 나타났다. 분석 대상 문화 기사 2497개를 스트레이트와 피쳐, 인터뷰, 리뷰/프리뷰, 단신 등 12개 유목으로 구분해 기사 형식을 측정한 뒤 이를 분석 기간과 교차 분석한 결과, 1968/1969년과 1978/1979년에는 피쳐 기사와 단신, 표와 같은 단순 정보 전달 기사가 많았지만, 1988/1989년 이후 리뷰, 칼럼 등 의견과 평가가 개입된 기사가 많아진 것

표 3. 분석 시기별 가장 많은 기사 형식 top 5 (단위: %)

구분	1	2	3	4	5
1968/1969	피처 (27.5)	TV표 (23.5)	단신 (14.7)	칼럼, 스트레이트 (11.8)	
1978/1979	단신 (28.7)	피처 (18.1)	칼럼 (17.5)	TV표 (14.0)	리뷰 (9.4)
1988/1989	단신 (23.6)	피처 (20.4)	칼럼 (10.6)	TV표 (10.1)	인터뷰 (9.3)
1998/1999	단신 (18.1)	피처 (15.5)	리뷰 (12.8)	프리뷰 (9.1)	칼럼, 안내 (8.4)
2008/2009	피처 (19.3)	리뷰 (17.0)	칼럼 (10.9)	인터뷰 (10.8)	단신 (9.8)
2014/2015	리뷰 (21.7)	칼럼 (14.3)	단신 (13.0)	인터뷰 (11.6)	피처 (11.2)
전체	피처 (16.9)	단신 (16.3)	리뷰 (14.3)	칼럼 (11.4)	TV표 (9.1)

표 4. 분석 시기별 문화 기사 중 평가 요소 유무 (단위: n, %)

구분	있다	없다	합계
1968/1969	20 (19.6)	82 (80.4)	102 (100)
1978/1979	53 (31.0)	118 (69.0)	171 (100)
1988/1989	102 (27.1)	275 (72.9)	377 (100)
1998/1999	184 (27.1)	496 (72.9)	680 (100)
2008/2009	241 (38.7)	381 (61.3)	622 (100)
2014/2015	203 (37.2)	342 (62.8)	545 (100)
합계	803 (32.2)	1694 (67.8)	2497 (100)

\*  $\chi^2 = 38,918$ ,  $df = 5$ ,  $p \leq 0,000$ 

이 통계적으로 유의미하게 나타났다(\*  $\chi^2 = 298.069$ ,  $df = 55$ ,  $p \leq 0.000$ ).

〈표 3〉은 위 교차분석 결과를 바탕으로, 시기별로 가장 많은 기사 형식을 쉽게 알아볼 수 있게 재구성한 것이다. 1968/1969년에는 가장 많은 기사 형식 5위 안에 들지 않았던 리뷰 기사가 2014/2015년에는 문화저널 리즘 내에서 가장 많은 기사 형식 1위로 나타났다. 리뷰/프리뷰 기사의 증

가는 지면이 크게 증가한 시기에 나타났는데, 서평 기사의 증가가 직접적 원인이었다. 이를 통해 문화저널리즘의 질적인 변화는 양적 확대, 즉 지면과 기사 수의 증가와 밀접하게 관련된 것임을 알 수 있었다. 평가 요소가 들어간 기사는 <표 4>에서 보는 대로, 1968/1969년에는 전체( $n = 102$ ) 중 19.6%( $n = 20$ )였지만 2014/2015년에는 전체( $n = 545$ )의 37.2%( $n = 203$ )를 차지했다.

## (2) 문화저널리즘의 역할 변화: 단순 정보 제공자에서 능동적 매개자로

한국 신문의 문화저널리즘이 증면과 문화저널리즘의 양적 확대 속에서 매개자의 역할을 강화해 온 것은 분석 기간과 문화 기사 속 평가 요소 여부, 평가 요소의 내용, 기사 형식 등을 교차 분석한 결과에서 찾아볼 수 있었다. <표 3>, <표 4>에서 보듯, 리뷰 기사가 늘고 평가적 요소를 담은 기사가 많아진 것은 한국의 문화저널리즘이 1960년대 문화 정보 제공자(informer)에서 1990년대 이후 지면 증가와 문화 섹션의 등장을 거치며 2010년대에 이르러 문화의 평가자(reviewer)인 한편, 뉴스 이용자와 문화 산업을 적극적으로 증개하는 매개자(mediator)로 뚜렷한 역할 변화를 드러냈다는 것을 의미한다. 이는 신문 이외에 다양하고 신속한 정보 전달 매체가 등장한 미디어 환경 변화 속에서, 신문이 단순 정보만 전달해서는 문화저널리즘의 중심적 위치를 유지할 수 없게 된 것을 자각한 결과로 볼 수 있다. 특히 문화 저널리즘을 신문사 간의 경쟁 전략 콘텐츠로 채용한 1990년대 후반 이후 양적으로 크게 늘어난 서평 기사가 이 같은 특성을 뚜렷하게 보여 준다.

매개는 미디어 환경이 시장 친화적으로 변해 갈 때 더욱 뚜렷해지는 현상으로(Kristensen, 2015c), 매개자로서의 문화저널리즘이 문화 산업의 조력자 역할을 강화하고 있는 것은 평가 요소의 내용 변화를 통해 알 수 있

다. 기사에 담긴 평가 내용을 호의적, 중립적, 비판적으로 구분하여 분석 기간과 교차 분석한 결과, 호의적 평가가 1968/1969년 25%에서 2014/2015년 58.6%로 2배 이상 증가한 반면, 비판적 평가는 같은 기간 50%에서 24.6%로 절반 이상 감소하였다. 중립적 평가 역시 25%에서 16.9%로 감소한 것이 통계적으로 유의미하게 드러났다(\*  $\chi^2 = 32.493$ ,  $df = 10$ ,  $p \leq 0.000$ ). 이처럼 호의적 평가가 높은 것은 문화저널리즘이 뉴스 가치에서 ‘최고성’을 강조하는 특성 때문에 취재 대상에 문화적 정당성을 부여한다 (Golin & Cordoso, 2009)는 연구 결과와 유사하지만, 문화저널리즘이 보도 대상에 대해 상품으로서의 매혹적 요인을 전달하는 데 기울고 있다는 점에서 비판적으로 보아야 할 부분이기도 하다.

한편 한국 신문의 문화저널리즘이 독자에게 문화를 해석하고 매개하면서 담론을 형성하는 주체로 변화한 것은 정치 저널리즘에서 저널리스트가 ‘보도자(reporter)’로부터 ‘해석자(interpreter)’로 변모했다는 할린(Hallin, 1994)의 연구를 상기시킨다. 해당 연구는 대통령 선거 보도에서 후보자의 육성(soundbite)을 그대로 전달하던 1968년의 보도에 비해 1988년의 보도는 뉴스 진행자와 기사가 후보자의 발언을 평가하는 리포트 중심으로 육성을 부분적으로 전달하면서, 뉴스가 전하고자 하는 방향으로 시청자들에게 그 내용을 매개하는 방식으로 변했다는 것을 발견했다. 이는 1990년대 이후 대중문화와 문화 산업 공간이 확장되면서 문화저널리즘이 다양한 정보와 해설, 진단을 제공하고 있다는 논의들(남재일, 2013; 이상길, 2013)과 상통하는 부분이기도 하다.

### 3) 문화저널리즘의 위상 변화와 위기의 징후

#### (1) 2010년대 지면 감소와 문화저널리즘의 축소

분석 기간 중 가장 최근 시기인 2014/2015년은 1960년대 이후 처음으로



신문 발행 면수가 정체 혹은 감소했다. 신문 이용의 감소와 이에 따른 위기 징후가 뚜렷하게 드러난 이 시기 전체 지면 수 대비 문화면 비율은 7.1%로, 1968/1969년보다 낮았고, 문화 기사 분량도 1998/1999년 이래 가장 적었다(앞의 <표 1> 참조). 2014/2015년의 분석 결과는 전체적으로 문화저널리즘의 양적 감소와 질적인 면에서의 부진을 뚜렷하게 보여 주었을 뿐 아니라, 분석 대상 3개 신문의 문화저널리즘 특성이 서로 다르게 분화되어 가는 것을 드러냈다. <표 5>는 분석 대상 신문의 전체 지면 증감과 문화면, 문화 기사 증감, 그리고 바로 앞 분석 시기인 2008/2009년에 대비해 증감률을 한눈에 볼 수 있게 재구성한 것이다. 분석 기간과 지면 수, 기사 수를 교차 분석한 결과 전체는 통계적으로 유의미하지 않았지만, 3개 신문이 이 시기에 보여 주는 문화저널리즘의 양적 특성의 대강을 파악하는 데는 유용했다. 분석 기간과 분석 대상 3개 신문의 전체 면수, 문화면 수, 문화 기사 수를 교차 분석했을 때 통계적으로 유의미한 결과는 분석 기간에

표 5. 2008/09년과 2014/15년 신문사별 문화저널리즘의 양적 특성 비교

구분	조선일보			중앙일보			한겨레		
	08/09	14/15	증감률 (%)	08/09	14/15	증감률 (%)	08/09	14/15	증감률 (%)
전체 지면 수 (단위: n)	616	628	+1.9	620	618	-0.3	436	376	-13.8
문화면 수 (단위: n)	44	35	-20.5	40	33	-17.5	53	47	-11.3
전체 지면 중 문화면 비율 (%)	7.1	5.6	-21.1	6.5	5.3	-18.5	12.2	12.5	+2.5
문화 기사 수 (단위: n)	248	207	-16.5	168	100	-40.5	206	238	+15.5
문화면 당 평균 기사 수 (단위: n)	5.6	5.9	+5.4	4.2	3	-28.6	3.9	5.1	+30.7

다른 3개 신문의 문화 기사 수에서만 나타났다(\*  $\chi^2 = 188.395$ ,  $df = 10$ ,  $p \leq 0.000$ ).

〈표 5〉에서 보듯, 2014/2015년 전체 지면 분량에서 〈조선일보〉와 〈중앙일보〉는 이전 시기인 2008/2009년보다 1.9% 늘거나 0.3% 감소하는 등 비슷한 규모를 유지했으나 〈한겨레〉는 13.8% 감소하였다. 문화면은 이전 분석 시기와 비교해 3개 신문 모두 감소했는데, 〈조선일보〉가 20.5%로 감소율이 가장 높았으며, 〈중앙일보〉가 17.5%, 〈한겨레〉는 11.3% 감소했다. 특기할 것은 〈한겨레〉로, 전체 지면 수가 가장 적었음에도 문화면 분량은 가장 많았으며, 문화면 비율은 다른 두 신문의 2배가 넘었다. 문화 기사 분량은 〈중앙일보〉가 이전 시기 대비 40.5%가 줄어 가장 크게 감소했으며 〈조선일보〉는 문화면 감소율에 비해 문화 기사 감소율은 다소 낮았고, 〈한겨레〉는 문화면이 줄었지만 문화 기사 수는 오히려 15.5% 증가했다.

이처럼 분석 대상 신문에 제각각 나타난 양적 특성을 통해 판매 부수와 열독률 급감, 1일 발행지면 감소로 나타나는 2010년대 신문의 위기 징후와 문화저널리즘의 양적·질적 축소 현상이 어떻게 관련되는지 파악할 수 있었다. 우선 주목할 부분은 2014/2015년 〈중앙일보〉에 나타나는 문화저널리즘의 위기 징후이다. 창간 때부터 문화저널리즘을 강력한 전략 콘텐츠로 내세웠던(중앙일보사, 1995) 이 신문은 1990년대 중반 치열한 시장 경쟁 때도 문화 섹션 발행을 선도하는 등 문화저널리즘을 전략적 콘텐츠로 채택하는 데 앞섰다. 그러나 디지털 매체가 종이 신문의 이용을 대체한 이 시기 〈중앙일보〉는 다른 두 신문보다 훨씬 뚜렷하게 문화저널리즘의 양적 감소를 드러냈다. 이전까지 〈중앙일보〉와 〈조선일보〉는 문화저널리즘에서 비슷한 양적·질적 특성을 보여 왔는데, 이 시기 〈중앙일보〉의 문화 기사 수는 〈조선일보〉 207개의 절반이 안 되는 100개에 불과

하다. 이는 베를리너판 도입 등이 신문사의 미디어 경영 전략과 직접적으로 관련된 것으로 판단할 수 있었다. 베를리너판의 크기는 대판의 71%이지만, 가독성을 고려해 기사 수는 훨씬 적게 들어간다(이수기, 2009). <표 5>에서 보듯, <중앙일보>의 문화면당 기사 수는 평균 3개로, <조선일보> 5.9개, <한겨레> 5.1개보다 크게 적었다. 또 다른 이유로, <중앙일보>는 <조선일보>와 <한겨레>에 비해 인물면, 여론면을 문화저널리즘의 장소로 활용하는 일이 적었다는 점을 들 수 있다. 2014/2015년 <중앙일보>의 문화 기사가 문화면 이외의 지면에 실린 것은 모두 30개로, <조선일보> 173개보다 훨씬 적었고, <한겨레> 53개에 비해서도 적었다.

<한겨레>는 2014/2015년 분석 대상 신문 중 유일하게 문화저널리즘의 양적 확대를 보였다. 이 시기 <한겨레> 문화저널리즘의 양적·질적 특성은 서평 지면의 급증과 리뷰 기사의 압도적 분량 및 비율이다. 2014/2015년 이 신문의 문화면은 47개인데, 이 가운데 51%인 24개가 서평 지면이었다. 서평 기사는 75개로, 전체 문화 기사의 31%에 해당한다. 같은 시기 <조선일보>에는 23개, <중앙일보>에는 7개의 서평 기사가 실렸다. <한겨레>의 문화저널리즘이 보여 주는 이 같은 특성은 뉴스와 리뷰의 균형이 잡힌 문화저널리즘 모델이 여전히 과제로 남았다는 점을 시사한다. <조선일보>는 분석 대상 신문 중 문화면 감소율이 가장 높았지만 문화 기사 감소율은 비교적 낮았는데, 문화 기사 게재 지면을 측정한 결과 인물면과 여론면을 많이 활용한 데 기인한 것으로 보인다. 2014/2015년 이 신문의 문화 기사 중 인물면에 실린 것이 15개, 여론면에 실린 것이 29개로 전체 문화 기사의 21%가 이 2개 지면을 활용한 것으로 나타났다. 이러한 변화는 문화저널리즘이 전문적 깊이나 지적 담론 형성과는 거리가 있는 화제 중심의 피상적인 수준으로 퇴보할 위기 징후로 볼 수 있었다.

<중앙일보>와 <조선일보>에 나타난 문화저널리즘의 양적·질적 변

화는 국내에서 발행 부수가 가장 많고 열독률이 높은 두 신문에서 문화저널리즘의 위상이 뚜렷하게 낮아졌다는 함의를 지닌다. 김세은 등(2014)은 2013/2014년과 2003/2004년의 신문을 비교해 전체 지면은 1일 평균 5.41면 늘었지만 문화 기사량은 30.5% 줄었다는 것을 발견하고, 이처럼 문화 기사량이 감소한 것은 문화 뉴스의 가치가 과거보다 낮게 평가된 것이라고 분석하였는데, 이 연구에서도 같은 흐름을 확인할 수 있었다.

(2) 화제로서의 문화저널리즘: 2014/2015년의 인물면, 여론면 문화 기사  
문화저널리즘이 전개되는 지면 위치를 분석한 것은 미디어 환경 변화와 지면 증감, 신설에서 문화의 어떤 내용들이 시의성, 중요성 등 보편적 뉴스 가치를 평가받고 있는지 논의하기 위해서였다. 분석 기간 중 문화 기사가 실린 지면을 교차 분석한 결과, <표 6>에서 보는 대로 문화면이 1849개 (74.0%)로 가장 많았고, 인물면과 여론면이 지속적으로 증가한 것을 발견할 수 있었다. 1면과 사회면, 종합면은 제한적으로 활용되고 있었다.<sup>15</sup>

<표 6>을 통해 2014/2015년 문화저널리즘의 양적·질적 특성의 변화로 주목할 부분은, 앞서 분석 대상 신문 중 <조선일보>에서 나타난 것 같은 인물면과 여론면의 활용이다. 인물면은 “인간적인 흥미를 가질 만한 사람이나 이슈를 소재로 생산”(이완수, 2006, 296쪽)되는데, 인물면이 처음 생긴 1990년대에는 전체 문화 기사의 5.1%만 인물면에 실렸으나 2014/2015년에는 이전 기간의 거의 2배에 이르는 9.5%가 인물면에서 소화되고 있었다. 이는 전체 발행 면수가 줄면서 문화면이 줄자 인물면을 문

15 문화저널리즘이 1면에 나타나는 경우는 극히 제한적이었다. 전체 분석 기간 중 1면에 실린 문화 기사는 26개에 불과하였다. 2000년대 이후에는 <조선일보>의 3건 뿐이었으며 모두 자사 사업 관련 기사였다.

표 6. 문화 기사가 실린 지면

(단위: %)

구분	1면	종합	사회 지방	국제	문화	인물	경제	기획 특집	여론	생활	스포츠	광고 기타	전체
1968/69	1 (1.0)	3 (2.9)	19 (18.6)	1 (1.0)	65 (63.7)	-	-	1 (1.0)	-	3 (2.9)	9 (8.8)	-	102 (100)
1978/79	5 (2.9)	3 (1.8)	14 (8.2)	-	101 (59.1)	-	-	1 (0.6)	-	30 (17.5)	17 (9.9)	-	171 (100)
1988/89	8 (2.1)	30 (8.0)	17 (4.5)	1 (0.3)	300 (79.6)	-	-	4 (1.1)	15 (4.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	-	377 (100)
1998/99	9 (1.3)	33 (4.9)	10 (1.4)	4 (0.6)	555 (81.8)	35 (5.1)	1 (0.1)	10 (1.5)	19 (2.8)	2 (0.3)	1 (0.1)	1 (0.1)	680 (100)
2008/09	2 (0.3)	19 (3.1)	13 (2.0)	3 (0.5)	439 (70.6)	54 (8.7)	-	24 (3.9)	56 (9.0)	1 (0.2)	-	11 (1.8)	622 (100)
2014/15	1 (0.2)	11 (2.0)	7 (1.3)	5 (0.9)	389 (71.4)	52 (9.5)	-	6 (1.1)	58 (10.6)	1 (0.2)	-	15 (2.8)	545 (100)
전체	26 (1.0)	99 (4.0)	80 (3.2)	14 (0.6)	1849 (74.0)	141 (5.6)	1 (0.0)	46 (1.8)	148 (5.9)	38 (1.5)	28 (1.1)	27 (1.0)	2497 (100)

$$\chi^2 = 864.635, df = 65, p \leq 0.000$$

화 기사를 심는 데 활용하고 있는 것으로 분석된다. 인물면을 가장 많이 활용하는 신문사는 〈조선일보〉로, 분석 시기 전체에 걸쳐 60개의 기사가 인물면에 실렸다. 다음은 〈한겨레〉로 48개였으며, 〈중앙일보〉가 33개로 가장 적었다.

여론면 역시 1990년대 중반 신문의 증면기에 확대된 지면으로, 사실과 내외부 필자의 시사·교양 칼럼을 싣고 있다(이재경, 2000). 분석 대상 문화 기사 중 여론면에 실린 기사는 148개로, 전체의 5.9%에 해당하였다. 시기별로는 1988/1989년도 4.0%( $n = 15$ )에서 2008/2009년도 9.0%( $n = 56$ ), 2014년도 10.6%( $n = 58$ )로 지속적으로 증가했다. 여론면에 실린 문화 기사 형식은 지면 특성에 따라 칼럼이 가장 많아 51.4%를 차지하

였다.

이처럼 여론면과 인물면으로 문화저널리즘의 지면이 확대되면서 기사 형식도 칼럼과 인물 기사, 화제 기사 등 다양한 저널리즘 형식을 활용하고 있었는데, 이는 문화저널리즘의 패러다임이 전문적인 비평 중심의 미학 패러다임에서 뉴스와 화제 중심의 일반적인 인간 중심 기사를 중시하는 저널리즘 패러다임으로 이동했다는 핀란드의 현상(Hellman & Jaakkola, 2011)과 유사하다는 점에서 흥미롭다.

## 6. 결론 및 제언

이 연구는 문화저널리즘이 문화 현상을 취재 보도의 대상으로 특화한 저널리즘 분야이며 미디어 환경 변화에 따라 전략적으로 채택된다는 점에 주목, 지난 50년간 한국 신문의 문화저널리즘에 나타난 양적·질적 특성과 위상 변화를 탐구하였다. 분석 대상 신문에 대한 시기별, 분석 유목별 교차 분석을 통해 다음과 같이 크게 세 가지로 한국 신문의 문화저널리즘 특성과 그 함의를 찾아볼 수 있었다.

첫째, 문화저널리즘은 신문의 증면과 감면에 민감한 영향을 받아 왔다. 문화저널리즘의 양과 내용, 형식 변화를 살펴보았을 때, 전체 지면 수의 증감과 문화면, 문화 기사의 증감은 일정한 패턴을 보여 주었다. 전체 지면이 증가했을 때 문화면은 조금 더 증가하고, 문화 기사의 개수는 그보다 더 증가했으며, 감소했을 때는 더 많이 감소하는 패턴을 드러냈다. 이를 통해 문화저널리즘이 미디어의 경제적 환경과 조건에 매우 예민하게 반응한다는 것을 알 수 있었다. 문화저널리즘의 양적 성장은 1980~1990년대 신문 산업 성장기에 뚜렷하게 나타났는데, 특히 1988/1989년과 1998/1999년

등 신문 카르텔의 해체와 자율 증면, 종합 일간 신문들의 조간 전환과 증면, 섹션 발행 등으로 신문들의 경쟁이 치열하던 시기에 양적 증가와 함께 영화·방송 연예·대중음악 등 대중문화 내용을 대폭 수용하는 등 내용면에서 질적 변화가 뚜렷하게 동반된 것을 발견하였다.

문화저널리즘의 양적 증가와 함께 대중문화 분야의 확산과 중심적 문화 장르의 이동이 분명하게 드러났다. 1980년대까지는 문학이 가장 중요한 장르였지만, 1990년대 이후 영화, 방송연예 등 대중문화가 문학이 차지하던 자리를 대신했다. 이처럼 문화저널리즘의 ‘주류’가 문학, 학술, 클래식 음악 같은 이른바 ‘고급문화’에서 영화, 방송연예, 대중음악 같은 ‘대중문화’의 영역으로 옮겨갔다는 것은 우리 사회의 문화 영역에서 중심 권력의 이동을 함의한다. 대중문화 분야가 새로운 지위와 의미를 차지하게 된 것은 대중문화를 중심으로 한 문화 산업의 성장과 함께 미디어의 의한 대중문화의 정당화, 고급화 전략으로 볼 수 있었다. 이러한 변화는 한편으로 한국 사회에서 일어난 문화 현상의 변화와 밀접한 관계를 갖는데, 출판 종수와 부수가 크게 늘면서 서평 기사의 확대가 이뤄졌고 영화 등 대중문화 산업의 성장은 대중문화를 문화저널리즘의 중심으로 밀어 넣었다.

둘째, 문화저널리즘은 문화 정보 제공자에서 문화의 평가자이자 매개자로 변모하였다. 단순히 정보를 전달하는 기사 빈도는 줄고, 평가 내용이 들어 있는 리뷰/프리뷰 기사가 뚜렷하게 증가했다. 이러한 변화에는 1990년대 증면과 섹션 발간을 통해 확보된 리뷰 및 서평 지면이 큰 몫을 했다. 문화저널리즘은 이처럼 특정한 문화적 사안이나 문화적 생산물에 정당성을 부여하는 행위를 통해 문화의 사회적 의미를 구성하고 해당 내용에 대해 문화적 권력을 부여한다는 점에서 중대한 사회적, 정치적 함의를 지닌다. 그런 점에서, 평가 요소를 담은 기사가 늘었을 뿐 아니라 호의적 평가가 대부분을 차지했다는 점은 문화저널리즘의 시장 친화적 성격이 강

화되고 있음을 보여 주었을 뿐 아니라, 이러한 성격 변화가 갖는 위험성도 동시에 보여 주었다.

셋째, 2014/2015년의 문화저널리즘은 이 시기 신문의 발행 부수와 발행 면수·열독률 감소 등 미디어 경제 환경의 변화와 관련하여 뚜렷하게 위기 징후를 드러냈다. 분석 기간 중 2014/2015년의 전체 지면 대비 문화면 비율은 신문의 1일 발행 면수가 4~8개면에 불과했던 1968/1969년의 10.8%보다도 낮은 7.1%에 그쳤다. 문화면 비율이 가장 높았던 1988/1989년의 15.6%에 비하면 절반에 못 미친다. 문제는 단지 양적 감소에 있는 것이 아니라, 미국의 문화저널리즘이 파편적인 정보 전달 중심의 내용 때문에 구태의연하다(outdated)는 평가를 받은 것처럼(Tyndall, 2004) 한국 신문의 문화저널리즘도 장르별 기사 취재 관행을 벗어나 사회 전반과 일상으로 시선을 넓혔던 1990~2000년대 변화의 동력을 잃고 있다는 점이다. 문화면과 문화 기사의 절대적 감소를 보여 준 <중앙일보>는 물론, 문화면과 문화 기사는 늘었지만 서평에 치우친 <한겨레>나 문화면이 크게 감소하고 인물면 기사로 문화 내용을 소화하는 <조선일보> 모두 문화저널리즘의 위기 징후를 드러내고 있었다.

그렇다면 종이 신문의 이용 감소가 계속되는 현재의 미디어 환경에서 문화저널리즘의 위상은 앞으로 어떻게 될 것인가? 종이 신문 열독률은 급감하고 있지만, 신문에 실린 기사를 다른 매체를 통해서 접하는 결합 열독률<sup>16</sup>은 지속적으로 증가하고 있다(한국언론진흥재단, 2015)는 데 주목할 필요가 있다. 그러나 온라인 매체에서는 흥미 위주의 파편적인 연애-

16 뉴스 이용자가 1주일간 신문 기사를 5가지 이종 매체 경로(종이 신문, 고정형 인터넷, 이동형 인터넷, 일반 휴대전화, IP TV) 중 한 가지 이상에서 이용한 것을 결합 열독률이라고 한다. 2015년의 결합 열독률은 79.5%로 2011년 대비 3.0% 포인트 증가하였다(한국언론진흥재단, 2015).



가십 기사와 매체 간 베껴 쓰기, 클릭 수를 늘리기 위한 어부징 기사들이 대부분이며, 종이 신문의 온라인 판조차 지면 기사를 신지 않는 곳이 대부분이다. 때문에 지금까지 신문이 주도해 온 전통적인 문화저널리즘을 온라인 기반으로 어떻게 이식할 것인가가 큰 과제이다. 외국에서는 문화저널리즘을 담아낼 스타트업 온라인 뉴스-비평 매체들이 등장했으며(Ip, 2014), 예술가나 저널리스트뿐 아니라 온라인 이용자들이 참여함으로써 문화저널리즘의 지평을 넓혀 가고 있다(Kristensen & From, 2015b)는 점을 주목할 필요가 있다.

이 연구는 한국 사회의 현대적 성격이 시작되고 신문이 상업적 경영을 본격화 한 1960년대부터 2010년대까지 50년간의 한국 신문에 대한 내용 분석을 통해 문화저널리즘의 실재를 실증적으로 분석하였지만, 미디어 산업의 변화와 직접적으로 연결된 분석이 동반되지 못했다는 한계를 지닌다. 문화저널리즘의 양적 측면과 내용면에 나타난 질적 변화에 대한 해석과 처방은 산업적인 의미를 바탕으로 했을 때 더욱 견고해질 것이다. 후속 연구에서 이 같은 문제의식과 방법론을 펼쳐나갈 수 있기를 기대한다.

## 참고문헌

- 김경희 · 이기형 · 김세은 (2015). 기사 구성과 특징으로 본 문화저널리즘의 변화상과 함의. <한국언론정보학보>. 74호, 136-176.
- 김세은 (2008). 문화저널리즘이란 무엇인가?: 문화저널리즘의 부상과 현황에 대한 고찰. <문화저널리즘 속의 문화>. 서울: 한국언론재단 · 한국언론학회.
- 김세은 (2009). 한국 문화저널리즘의 진단과 모색. <미디어, 젠더, 문화>. 11호, 5-41.
- 김세은 · 이기형 · 김경희 (2014). <디지털시대의 문화저널리즘 연구>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김영욱 (2004). 문화부와 문화저널리즘. <한국 언론의 문화 관련 보도 현황과 발전 방향>. 2004 언론사 문화부장 세미나 논문집. 서울: 삼성언론재단.
- 김재운 외 (2002). <보도비평 신문의 복리뷰, 무엇이 문제인가>. 9호. 서울: 한국언론재단.
- 김해식 (1994). <한국 언론의 사회학>. 서울: 나남.
- 남재일 (2013). 신문 문화비평 위기의 원인과 대안: 새로운 담론 환경 속 문화부 기자의 전문화 절실. <신문과 방송>. 514호, 10-13.
- 남재희 외 (1965). 신문과 문화면: 제11회 신문연구좌담회. <신문평론>, 36-44.
- 문화체육관광부 (2017). <2016 문화 향수 실태조사>. URL: [http://www.mcs.t.go.kr/web/s\\_data/research/](http://www.mcs.t.go.kr/web/s_data/research/)
- 서희건 (1996). 슈퍼마켓인가 복합전문점인가: 문화 취재 · 보도 현실과 과제. <신문과 방송>, 307호, 12-16.

- 윤선희 (2006). 문화 보도 관행과 문화저널리즘의 미래. <문화저널리즘과 문화 연구> (1-36쪽). 2006 언론사 문화부장 세미나 논문집. 서울: 삼성언론재단.
- 이규태 (1966). 문화면 기능의 고찰: 그 현황과 시대적 고찰 및 외국과의 비교. <신문평론>, 18호, 12-16.
- 이기형 (2006). 문화저널리즘과 문화 연구: 탈전통화, 네티파워, 신자유주의, 그리고 소비자본주의 사회의 문화를 심각하게 다루기. <문화저널리즘과 문화연구> (37-71쪽). 2006 언론사 문화부장 세미나 논문집. 서울: 삼성언론재단.
- 이상길 (2013). 문화저널리즘의 반성과 모색: 인터넷 시대의 저널리즘 균형과 깊이로 경쟁해야. <신문과 방송>, 514호, 6-9.
- 이수기 (2009). 신뢰는 독자 밑에서, 뉴스 위에서: 중앙일보 베를리너판 발행. <신문과 방송>, 465호, 100-103.
- 이재경 (2000). <오피니언 면의 현황과 발전 방향>. 서울: 삼성언론재단.
- 이재경 (2003). 『한국저널리즘 관행 연구』. 서울: 나남 출판
- 이재경 (2007). 한국 언론과 글로벌 스탠더드. 오상원 외. <민주화 이후의 한국 언론> (183-231쪽). 파주: 나남.
- 이종숙 (2013). 한국 신문 지면을 통한 ‘문화’의 구성: 1896~1996. 박용규 외. <한국 신문의 사회문화사> (249-307쪽). 서울: 한국언론진흥재단.
- 이준우 (1987). <한국 신문의 문화적 기능변천에 관한 연구: 1920년부터 1984년까지의 조선일보와 동아일보를 중심으로>. 연세대학교 대학원 박사 학위 논문.
- 이준웅 (2010). 언론 체계와 신문의 가치 창출. <한국언론학보>, 54권 4호, 253-275.
- 이준웅 · 최영재 (2005). 한국 신문 위기의 원인: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가 치 제공, 그리고 공정성 위기. <한국언론학보>, 49권 5호, 5-35.

- 이완수 (2006). 인물 뉴스의 특성과 결정 요인 연구: 사회자본 이론을 중심으로. <한국언론정보학보>, 32호, 295-332.
- 이혜령 (2005). 1920년대 '동아일보' 학예면의 형성과정과 문학의 위치. <대동문화연구>, 52집, 96-133.
- 임영호 (2013). <신문원론>. 서울: 한나래.
- 장호순 (2004). 언론과 문화. <한국 언론의 문화 관련 보도 현황과 발전 방향>. 2004 언론사 문화부장 세미나 논문집. 서울: 삼성언론재단.
- 조선일보사 (2010). <조선일보 90년사>. 서울: 조선일보사.
- 조용철 · 강승묵 · 류용재 (2009). <문화저널리즘>. 파주: 다지리.
- 주창규 (2011). 한국영화 르네상스(1997~2006)의 동역학에 대한 연구: 영화 산업의 '하이 모더니즘'과 '미적 르네상스'의 탈구를 중심으로. <영화연구> 50호, 507-541.
- 중앙일보사 (1995). <중앙일보 30년사>. 서울: 중앙일보사.
- 차배근 (1979). <커뮤니케이션 연구방법론>. 서울: 세영사.
- 최일남 (1982). 문화부장 20년. <신문연구>, 34호, 162-172.
- 최일남 (1991). 문화저널리즘의 한계와 전망. <사상>, 196-217.
- 최준 (1993). <한국신문사> 신보증판. 서울: 일조각
- 통계청 (2016). <e-나라지표>. URL: [http://:stat.mcst.go.kr/mcst/resource/static/index/index03html#informationDiv](http://stat.mcst.go.kr/mcst/resource/static/index/index03html#informationDiv)
- 한국언론진흥재단 (2013, 2014, 2015). <언론수용자의식조사>. 서울: 한국언론진흥재단. URL: <http://www.kpf.or.kr/site/kpf/ex/board/View.do?cbIdx=249&bcIdx=7716>
- 한국출판문화협회 (2012). <2012 한국출판연감>. 서울: 한국출판문화협회.

홍은희 (2008). 문화저널리즘 속에 나타난 ‘스타’, 그 역사적 변천. 〈문화저널리즘 속의 문화〉. 서울: 한국언론재단 · 한국언론학회.

홍은희 (2012). 신문 증면과 문화저널리즘의 변화. 〈문화경제연구〉. 15권 1호. 143-172.

Curran, J., Douglas, A., & Whannel, G. (1980). The political economy of human interest story. In A. Smith (Ed.), *Newspaper and democracy* (pp. 288-316). Cambridge: The MIT press.

Dahlgren, P., & Sparks, C. (Eds.) (1992). *Journalism and popular culture*. London, UK: Sage.

Dianina, K. (2003). The feuilleton: An everyday guide to public culture in the age of the great reforms. *The Slavic and East European Journal*, 47(2), 187-210.

Forde, E. (2003). Journalists With a Difference: Producing Music Journalism. In S. Cottle (Ed.), *Media organization and production* (pp. 113-131). Thousand Oaks, Ca: Sage.

Gollin, C., & Cordoso, E. (2009). Cultural journalism in Brazil: Academic Research, visibility, mediation and news values. *Journalism*, 10(1), 69-89.

Goulden, J. C. (1988). *Fit to print: A.M. Rosenthal and his TIMES*. Secaucus: Lyle Stuart.

Hallin, D. C. (1994). Soundbite news: Television coverage of elections, 1968-88. In *We keep America on top of the world: television journalism and the public sphere* (pp. 133-152). London, UK: Routledge

Harris, G., & Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalism: Elitists, saviours or maniac depressives?. *Journalism*, 8(6), 619-639.

- Hauser, A. (1951). *Sozialgeschichte der kunst und literatur*. München: C. H. Beck, 백낙청 외 (역) (2016). <문학과 예술의 사회사: 자연주의와 인상주의, 영화의 시대>. 파주: 창비.
- Hellman, H., & Jaakkola, M. (2011). From aesthetes to reporters: The paradigm shift in arts journalism in Finland. *Journalism*, 13(6), 783-801.
- Hohenberg, J. (1960). *The professional journalist: A guide to modern reporting practice*. New York, NY: Henry Holt and company. 윤대균 (역) (1962). <신문학>. 서울: 탐구당.
- Hovden, J. F., & Knapskog, K. A. (2008). Cultural journalism in the Norwegian journalistic field. In K. A. Knapskog & L. O. Larsen (Eds). *Cultural journalism, The press and the cultural public sphere* (pp. 51-70). Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Ip, C. (2015). Genius and the splintering of arts journalism, Retrieved from [http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news\\_/genious\\_music\\_journalism.php](http://www.cjr.org/behind_the_news_/genious_music_journalism.php)
- Jaakkola, M. (2015). Witnesses of a cultural crisis: Representations of media-related metaproceses as professional metacriticism of arts and cultural journalism. *International Journal of Cultural Studies*, 18(5), 537-554.
- Janssen, S. (1999). Art Journalism and cultural change: The coverage of the arts in Dutch newspapers 1965-1990. *Poetics*, 26, 329-348.
- Kristensen, N. N. (2010). The historical transformation of cultural journalism., *Northern Lights*, 8(1), 69-92. Copenhagen: Intellect
- Kristensen, N., & From, U. (2012). Lifestyle journalism: Blurring boundaries. *Journalism Practice*, 6(1), 26-41.
- Kristensen, N., & From, U. (2015a). Cultural journalism and cultural critique in a changing media landscape. *Journalism Practice*, 9(6), 760-772.

- Kristensen, N., & From, U. (2015b). From Ivory Tower to Cross-Media Personas: The heterogeneous cultural critic in the media. *Journalism Practice*, 9(6), 853-871.
- Kristensen, N., & From, U. (2015c). Publicity, news content, and cultural debate: The changing coverage of blockbuster movies in cultural journalism. *Communication, Culture and Critique*, 8(3), 484-501.
- Larsen, L. O. (2008). Displacements: Cultural coverage in Norwegian newspapers, 1964-2005. in Knapskog, K.A. and Larsen, L.O. (Eds), *Cultural journalism, the press and the cultural public sphere*. Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (1998). Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 배현석 (역) (2001). <미디어 내용 분석 방법론>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Cambridge, UK: Harvard University Press.
- Schudson, M. (2002). *The sociology of news*. New York, NY: Norton.
- Tuchman, G. (1978). *Making news*. 박홍수 (역) (1995). <메이킹 뉴스: 현대 사회와 현실의 재구성 연구>. 서울: 나남.
- Turow, J. (2009). *Media today: An introduction to mass communication*. New York, NY: Routledge.
- Tyndall, A. (2004). The dailies: Old formats, new challenges. In A. A. Szanto, D. S. Levy, & A. Tyndall (Eds), *Reporting the arts II: New coverage of arts and culture in America* (pp. 24-35). New York, NY: National Arts Journalism Program.
- Verboord, M., & Janssen, S. (2015). Arts journalism and its packaging in France, Germany, the Netherlands and the United States, 1955-2005. *Journalism Practice*, 9(6), 829-852.
- Williams, R. (1982). *The sociology of culture*. New York, NY: Schocken Books. 설준규 · 송승철 (역) (1984). <문화사회학>. 서울: 까치.

- Williams, R. (1983). *Keywords: A vocabulary of culture and society*. New York, NY: Harper Collins. 김성기 · 유리 (역) (2010). <키워드>. 서울: 민음사.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. Thousand Oaks, CA: Sage. 이강형 · 최현주 (역) (2010). <왜 저널리즘은 항상 제자리걸음이었나?>. 서울: 커뮤니케이션북스.

최초 투고일 2017년 08월 31일

심사 수정일 2017년 10월 14일

게재 확정일 2017년 10월 26일



## Abstract

# The Transformation of Korean Cultural Journalism

From 1960s to 2010s

**Sunny Park**

Visiting Professor, Dongseo University

This study explores the specific features and its transformations of cultural journalism in Korean newspapers from the 1960s to 2010s, in relation to the rapid transformations in media economy. In the last half century, the volume and content of cultural journalism in national daily newspaper in Korea have changed apparently according to extensive transformations in culture, journalism, and economy. For investigating and discussing, this study conducts a content analysis of the cultural coverage in Korean three major daily newspapers, The Chosunilbo, The Joongangilbo and The Hankyoreh, for six sample years: 1968/69, 1978/79, 1988/89, 1998/99, 2008/09 and 2014/15. Through content analysis, this study discusses three particular features for the specific traits of cultural journalism in Korean newspapers as follows. Firstly, the most notable feature of cultural journalism is strongly related with the media economy of news papers. In the midst of a fierce competition with diverse mediums, cultural journalism has been adapted as a strategic content, appealing to broader audience. With the rapid growth of circulation and daily publishing pages of newspapers, the more growth of numbers of cultural pages and cultural articles were found. On the contrary, the decrease of circulation and daily pages in 2000s and 2010s, cultural coverages have reduced more sharply. Secondly, the cultural journalism has transformed from taking on a role of an informer to that of a mediator, as the cultural coverages mainly mediate the cultural issues and productions to

the audience. Lastly, the steep decline of newspapers in 2010s, which means losing its audience as well as advertisement, incited a quantitative and qualitative crisis for cultural journalism. Volume is shrinking and contents are damping off.

**Key words** cultural coverage, cultural journalism, culture pages, media economy, newspaper