
신문기사 제목의 결정요인에 관한 연구 : 뉴스 영향변인·편집자의 역할지향성과 전문직업관을 중심으로

강현직*

A Study on the Determinant Factors of Newspaper Headlines : Focused on News Influence Variables, Editor's Role Orientation and Professionalism

Kang, Hyun jig*

요 약 본 연구는 신문제작에 있어 큰 비중을 차지하고 있는 제목이 어떤 요인에 의해 결정되고 뉴스 영향변인과 편집자들의 역할지향성, 전문직업관이 제목에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 탐구하기 위해 수행되었다. 중앙 일간지와 중앙경제지 17개사의 편집부 기자 345명에게 설문조사를 실시한 결과 제목을 결정하는데는 7개의 결정요인 즉 창의성, 표준 표현, 공정성, 독자 배려, 사시 반영, 요약 기능, 흥미 소구 등이 높은 가치를 가지고 편집자에게 영향을 끼침을 파악할 수 있었다. 또 제목 결정요인은 정부·광고주, 독자와 동료, 사시와 경영진 등 뉴스의 영향변인과 상관관계가 있는 것으로 분석되었으며 역할인식에 있어서도 사회 통합을 중시하는 편집자는 사시반영과 공정성 창의성을, 권력감시를 우선하는 편집자는 공정성과 창의성을, 정보 제공을 중시하는 편집자는 공정성과 독자 배려, 요약기능을 중요하게 여기고 있었다. 또 조직 우선의 편집자는 체제 순응적이고 정부 정책에 긍정적이며 사회 안정을 추구하고 객관적인 균형감과 중립적인 것을 중시하는 편집자는 사회 개혁과 정부 견제 및 강자 논리의 사회 지배 가치화를 견제하는 등 전문직업인으로서의 의식이 강한 면모를 보여주었다.

주제어 : 제목 결정요인, 제목소비자, 편집자 역할지향성, 편집자 전문직업관, 신문기사 제목

Abstract This study was carried out to enlighten on the factors by which newspaper headlines are determined and to empirically explore how news influence variables, editor's role orientation and professionalism have impact on deciding headlines.

It turned out from the survey of 345 journalists working in the editorial departments of 17 major national daily and economic newspapers that 7 determinant factors have impact on editors deciding headlines: creativity, standardized expression, fairness, consideration for a readers, reflection of company policy, summarization and intriguer. In addition, the determinant factors of headlines were analyzed to have correlation with news influence variables such as the government-sponsors, readers and colleagues, and company policy and the management. In the awareness of role, also, it was shown that the editors who considered social integration as important place weighted on the reflection of company policy, fairness and creativity; those editors who placed power monitoring on priority took fairness and creativity seriously; and the editors who believed that delivering information was important thought of fairness, consideration for a readers and summarization as important.

In addition, the organization-oriented editors turned out compliant to a system, positive on the governmental policies and sought for social stability; those editors who put a premium on a sense of objective balance and neutrality showed a strong aspect of a professional in social reform, check against government and the social governance by the privileged.

Key Words : determination factors of a headlines, a shopper of headlines, editor's role orientation, editor's professionalism., newspaper headlines

이 논문은 저자의 2012년 건국대학교 박사학위 논문의 일부를 발췌하여 재구성한 것입니다.

*헌법재판소 소장비서관 (jigkh@hanmail.net)

논문접수: 2012년 9월 3일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료: 2012년 9월 21일

1. 문제제기와 연구목적

뉴스를 제공하는 매체들이 다변화하면서 미디어시장이 급변하고 있다. 신문과 TV, 라디오 등에 불과했던 뉴스를 제공하는 미디어들이 지금은 인터넷 신문과 무료신문, 각종 포털에 이르기까지 다양하게 확대되고 있다. 지상파 방송과 함께 매스미디어의 양강체제를 구축하여 왔던 인쇄 신문은 1990년대 인터넷이 대중화되기 시작하면서 새로운 미디어들의 도전을 받게 되었고 영향력도 크게 줄고 있다.

이러한 미디어빅뱅 현상 속에 인쇄신문의 부침현상은 두드러지게 나타나고 있다. 한국언론재단에서 격년으로 발간하는 ‘언론수용자 의식조사’(2010)에 따르면 신문 가구 정기 구독률은 1996년 69.3%에서 2002년 52.9%, 2008년 36.8%, 2010년에는 29%로 지속적으로 가파른 하락세를 보이고 있으며 신문열독률도 2002년 82.1%에서 2008년 56.1%, 2010년에는 52.9%로 내림세를 나타냈다 [13].

하루 평균 신문열독시간도 1998년 40.8분에서 2004년에는 34.3분으로 감소하더니 2010년에는 24분을 기록했다. 그러나 신문들은 최근 다시 지면경쟁이 격화돼 색션 발행을 강화하는 등 평일 60페이지까지 발행하는 모습을 보이고 있다. 신문 읽는 시간이 줄어들고 신문 지면이 늘어난다면 과연 독자들은 신문의 무엇을 읽을까?

이 현상을 과학적으로 측정할 연구는 오래 전 오웬스 교수팀에 의해 실시됐다[5]. 전일 기사주목률(yesterday readership)을 조사한 이 연구는 응답자들에게 자기가 읽은 신문의 모든 기사를 제목으로 나열하고 ‘전혀 안읽었을 때’ 0점, ‘제목만 읽었을 때’ 1점, ‘제목과 앞부분만 읽었을 때’ 2점, ‘기사를 거의 읽었을 때’ 3점을 각각 표시하게 하여 신문 기사에 대한 주목률을 측정할 결과 주목률이 가장 높은 기사의 평균점수가 2점 정도에 머물고 있는 것으로 나타났다. 이는 국내의 독자들이 제목과 기사 앞부분을 주로 읽는 구독형태를 가지고 있음을 뜻한다.(정태섭, 1995)[11]

미국의 경우 일찍이 신문 제목이 국민들의 여론 형성에 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구가 시작되었다. 미국의 심리학자인 Floyd H. Allport와 Milton Lepkin (1943)은 2차대전중 신문이 전시에 국민들에게 어떤 심리적인 역할을 하는지를 알아보는 연구를 수행하면서 독자들이 신문의 본문은 안 읽어도 제목은 꼭 읽으며 제목이 기사의 분위기나 인상을 조성하고 심지어는 그 날의

기분을 결정짓는데 영향을 미친다고 주장했다[22]. 이는 신문 제목이 독자의 태도나 여론 형성에 의미 있는 영향을 미치고 있다는 이론적 근거를 제공해 주고 있다. 그 당시 언론학자 Earl English(1944)는 제목 위주의 구독 습관을 가지고 있는 독자들을 ‘제목 소비자(a shopper of headlines)’라고 부르고 있었다[19].

신문의 제목소비가 급증하고 제목의 역할과 비중이 과거에 비해 강조되면서 신문의 제목문제에 대해 본질적인 연구가 필요한 시점에 이르렀다. 특히 제목이 기사를 적절히 대표하는지 여부는 더욱 중요한 문제로 대두되고 있으며 독자들의 시선을 유도하기 위한 제목의 모호성과 선정성, 흥미성 등 부정적인 영향력에 대한 우려도 면밀히 분석해 볼 필요가 있다. 또 편집자들에 의해 제목이 결정되는 과정에서의 결정요인과 기자들의 역할과 규범 지향성, 전문직업관 등 인식과 가치에 따라 제목이 어떤 영향을 받는지에 대해서도 연구할 필요가 있다.

임태섭(1994)은 국내 신문은 독자의 눈길을 끌기 위해 좋은 기사를 쓰려는 노력보다는 일반적인 사건을 과장 확대 보도하여 독자들의 흥미를 이끌어내려는 선정주의에 의존하기 때문에 기사 제목에 비정상적이고 강도 높은 표현들을 즐겨 사용한다고 지적한 바 있다[9]. 또한 선정적이고 과장이 심한 제목은 객관적이고 요약적인 제목보다 독자들로 하여금 기사를 읽게 하는 유도력을 가지고 있으나 독자들이 기사 전체 내용을 그릇되게 인식할 가능성이 있다고 한 조사는 밝힌 바 있다.(윤혜정, 1995)[7]

기사 본문과 제목과의 사이에는 제목을 뽑는 편집자가 어떠한 목적과 규범을 강조하느냐에 따라 괴리 현상이 존재할 수 있고 이는 심각한 정치적, 사회적, 문화적 문제를 야기할 수 있다. 실제로 편향적인 시각과 지면의 왜곡을 통해 사건의 경과나 정책의 결과, 사회 현상의 과장이 본래의 취지와는 달리 나타난 것도 곳곳에서 볼 수 있다.

본 연구는 먼저 인쇄신문 구성의 여러 요소 중 가장 중요한 역할을 하고 있는 제목에 대해 집중적으로 살펴보고자 한다. 신문에 있어 제목은 무엇이며 제목의 기능과 유형은 어떻게 되는가를 알아보고 제목의 결정 요인과 편집자들이 제목을 결정하는 데까지 어떤 요인들이 어떻게 구조화되는지도 분석하고자 한다.

또 신문 편집과 제목은 취재 기자와는 분리된 편집부 기자들에 의해 작성되고 이를 담당하는 부장과 편집국

의 총괄인 편집국장으로서 이어지는 라인에서 결정되는 구조이나 이들 실무적인 정보 공급자들에 대한 체계적인 연구 역시 거의 없는바 신문 제작과 제목을 통한 정보 전달에 있어서 공급자로서의 편집기자 역할은 무엇이며 그들의 역할과 직무 전문성이 제목 결정에 어떠한 영향을 미치는지도 알아본다.

2. 이론적 논의

2.1 신문기사 제목에 관한 논의

신문제목은 다른 정보매체에서 보기 어려운 독특한 정보 전달 수단이다. 주간지나 월간지에도 제목이 있지만 기사의 대표성만 있을 뿐 정보전달력이 떨어진다. 그러나 신문제목은 그 자체만으로도 정보의 가치와 내용을 전달하는 하나의 저널리즘 역할을 한다(이배영 외, 2001).[8]

그래서 신문의 제목은 일반적으로 사용되는 제목이라는 표현의 의미와 조금 다르다. 일반적으로 접하는 제목이라는 표현이 책의 제목이나 소설, 시 등의 제목처럼 내용을 상징하는 쪽에 초점을 맞춘 것들인 점과 달리 신문의 제목은 뉴스를 포함하고 있어야 하기 때문이다.

제목의 기능에 대해서는 많은 이론들이 있다. 미국의 언론학자 Floyd K. Baskette 와 Jack Z. Sissor(1971)는 신문제목의 기능을 ‘△독자의 관심을 기사로 이끈다 △ 기사를 요약하거나 분석한다 △기사의 분위기를 표현한다 △독자가 지면 내용을 색인하는데 도움을 준다 △독자가 논조에 집중하도록 유인한다 △지면 장식의 요소를 제공한다’는 등 6가지를 제시하고 있다[21].

Garst와 Bernstwin(1961)은 제목을 상업용 샘플에 비유했으나 많은 학자들은 광고기능보다 기사의 요약기능이 더 중요하다고 말했다[25].

Copperud & Nelson(1983)은 제목이 기사에 관심이 없는 독자들에게 기사를 읽도록 만들어야 한다는 주장에 반대하면서 제목의 정보전달 기능을 강조했으며[18] Brooks와 Sissors(2001)는 미국은 사회적 분위기를 신문의 논조를 통해 묘사해 왔으며 제목 기능에 신문의 논조 전달 기능을 반영해야 한다고 주장했다[17].

미국의 언론학자 John Russial(2004)은 제목의 기능을 기호학을 통해 △아이콘적인 기능 △인덱스 기능 △기사 포인트 요약기능 등 크게 3가지의 기능을 가지고 있다고

주장했다[29].

학자들이 신문제목의 다양한 기능을 주장하지만 중복되거나 통합 가능한 부분들을 추려낸다면 크게 정보전달 기능과 뉴스 색인 기능, 뉴스밸류 평가 기능, 지면 미화 기능 4가지로 대별할 수 있다고 한국편집기자협회(2006)는 정리하고 있다[14].

신문 제목의 유형은 연구자의 연구목적 등에 따라 여러 기준으로 분류되고 있다. 형태에 따라 배너(통단)제목, 한행 제목, 다행 제목, 어깨 제목, 역어깨 제목, 대립형 제목, 가지 제목, 꺾기 제목, 평행사변형 제목 등 신문 지면에 반영된 구조와 모양을 기준으로 제목의 종류를 구분하기도 하고 기능에 따라서는 주제목과 부제목, 문패제목, 사진설명 제목으로 분류하기도 하고 특히 횡조신문에서는 제목의 정렬방식에 따라 양끝맞추기 제목, 앞맞추기 제목, 뒷맞추기 제목, 계단형 제목, 중앙대칭형 제목으로 나누기도 한다(편집기자협회, 2006)[14].

정여훈(2005)은 신문제목은 기능에 따라 대표적으로 정보 전달기능 위주로 작성되거나 관심 유도 기능 위주로 작성될 수 있다고 말하나 신문 제목의 유형 분류를 위한 일차적인 기준은 텍스트 생산자의 의도성으로 보고 있다. 편집자가 어떠한 의도를 가지느냐에 따라 신문 제목이 가지고 있는 여러 기능 중 한두 가지를 강조할 수 있다는 것이다[10].

김관규(2009)는 텍스트 생산자의 의도성을 보다 세분하기 위해 신문제목을 정보전달형과 관심유도형으로 나누고 관심유도형 제목을 다시 주제간접제시형과 주제은폐형으로 분류했다[2].

기능별 분류에 따른 학자들의 주장을 다시 정리하면 정보전달형 제목은 기사에 있는 정보를 있는 사실대로 전달해 주는 것에 초점을 맞춘 제목으로 기교나 감정, 강조법 등을 사용하지 않는 제목을 말하며 관심유도형 제목은 제목의 정보전달 기능은 기본적으로 수행하되 기사 내용에 대한 편집자의 태도나 느낌을 가미하여 독자의 관심을 유도하는 제목, 주제은폐형 제목은 기사 본문의 내용을 숨긴 어구를 사용하여 독자들의 흥미를 유도하는 제목을 뜻하고 있다.

세계 신문 중에서 비교적 제목에 대한 논의가 활발하고 지면에서 비중이 높은 중국은 신문 제목을 뉴스 내용의 비중에 따라 ‘실제목(實題)’과 ‘허제목(虛題)’으로 나누어 구분하고 있다. ‘실제목’은 서사 위주의 뉴스에 의한 기본 사실을 직접 전달하는 제목을 뜻하며 ‘허제목’은 뉴

스에 포함된 정책 원칙과 이론 관점, 요구사항 등 뉴스의 의미를 설명하는 제목으로 논리를 위주로 하는 특징을 가지고 있다(彭朝丞, 1996).[16]

평 차오 청(彭朝丞, 1996)은 신문 제목의 중요한 기능을 융합과 소통에 있다고 보고 뉴스의 가치를 부각시키고 선전 가치를 구현하며 어휘를 같고 닮는데 집중하는 것이 뉴스 제목 작성에 있어서 지켜야 하는 기본원칙이라고 강조했다[16].

2.2 신문제목 결정에 영향을 미치는 뉴스 영향변인

‘뉴스’는 실제적으로 기묘한 것이라고 Galtung과 Ruge(1965)[23]는 지적하였다. 이는 뉴스 수집과 뉴스 제작의 전략들에 관해 언급된 것을 고려해 볼 때 실제적인 설득력이 있다. 또 Hall(1973)에 따르면 ‘뉴스의 가시성’에는 세 가지의 기본적 규칙이 있다. 즉 사건과 뉴스와의 연계성, 뉴스의 최신성, 뉴스의 가치성과 중요한 사물이나 사람과의 연관성이다[26]. 여기서 주목해야 할 것은 뉴스는 뉴스의 가치가 기자들에 의해 인식되고 공중에 의해 수용되어 일치를 위한 지식을 계속해서 창출해 내야 한다는 것이다. 이에 대해 McQuail(1987)은 언론인의 역할은 언론인이 갖는 사회와의 관계, 고객과 소유주, 그리고 공급자와의 관계, 정보원과의 관계, 조직 내부의 관계, 수용자와의 관계 등 뉴스의 영향변인 속에서 형성된다고 하였다[33]. Shoemaker와 Reese(1991)도 언론인의 역할지향은 첫째 언론인들의 개인적인 태도와 전문직업인으로서의 역할관념, 둘째 뉴스수집과 전달에 제한적 요소가 되는 게이트키퍼와 제작관행, 셋째 언론조직, 구조, 방침 등과 소유형태 그리고 조직의 경제적 목표, 넷째 유통, 시장규모, 이윤, 미디어간의 경쟁 등과 같은 언론의 경제적 환경, 다섯째 언론의 이데올로기적 특성과 역할, 권력 및 지배계층과의 연관성 등과 긴밀하게 연결되어 있다고 주장하였다[36].

Herman과 Chomsky(1988)의 선전모델(propaganda model)은 기본적으로 5가지의 뉴스‘필터’ 틀을 제시하고 있다. 먼저 지배적 미스미디어 기업의 규모와 소유권, 이윤추구 지향성, 정부-기업 등에 의해서 제공된 정보에 대한 미디어의 신뢰성, 매스미디어의 일차적 수입원으로서의 광고, 미디어를 훈련시키는 수단으로서의 혹평, 국가 종교와 통제메커니즘으로서의 반공, ‘이중 잣대’와 선전캠페인 등 뉴스가 선택되는 게이트키퍼의 장치가 된다[27].

이렇듯 뉴스가 생산되기까지는 주변에 많은 영향변인들이 존재하며 이들의 상호 작용 속에 콘텐츠화 되어 가고 있다. 이는 뉴스의 내용을 요약하고 핵심을 정리해 전달하는 제목을 결정하는데도 동일한 기준과 영향을 미친다고 학자들은 주장하고 있다. 많은 영향변인들 가운데 뉴스 생산에 실질적으로 영향을 미치고 제목을 결정하는데 보다 영향을 끼치는 즉 뉴스 생산자이자 관리 통제자인 기자와 조직, 뉴스대상들에게 영향을 미치는 변인들은 보다 한계적 일 수 있다.

학자들의 제시하는 뉴스 콘텐츠 생산과 제목 결정의 직접적인 영향변인들을 중심으로 정리하면 △기자 개인의 문제 △취재 편집 관행의 문제 △언론조직의 정치적 문제 △취재원과 기자의 관계 등으로 살펴볼 수 있다. 기자 개인의 문제는 취재하고 기사를 작성하는 뉴스 생산자로서의 기자와 제목을 뽑고 결정하는 편집자의 문제로 일단 자신의 노동의 결과로 나타난 생산물 즉 기사와 제목에 일차적인 책임이 있다. 취재기나 편집자의 직업적 자질이나 윤리 의식, 가치관, 분석 능력, 훈련 정도, 개인의 성격까지도 생산물의 품질에 영향을 미친다.

취재 편집 관행의 문제는 뉴스 가치 판단에 기인하는 것으로 각 언론사가 오랜 동안 뉴스를 취재하고 편집하면서 축적되어 온 기사 판단기준의 노하우이며 대체적으로 독자의 호응이 높고 흥미성과 시의성, 근접성, 의외성 등의 요건이 일부라도 충족된 뉴스가 기사로서 높은 가치를 지닌다(Stephens, 1980).[36]

특히 언론은 불편부당 객관보도 원칙을 내세우기 때문에 언론의 정치성이 표면적으로 잘 드러나지 않는다. 정치에 대한 비판과 견제 기능을 수행하며 정치집단과는 일정한 거리를 유지하는 독립기관으로 자리매김하길 원하며 당연히 언론이 정치적인 조직으로 불리는 것을 터부시한다. 그러나 일반적인 보도 뒤에 조직의 정치적 실체를 숨기고 있다는 것이 일반적인 시각이다. 매스미디어에 은밀하게 영향력을 행사하는 것은 뉴스 누설, 배후 정보 제공, 비공식 인터뷰 등의 형태를 띠고 있으며 이러한 것들은 뉴스미디어의 의제 설정에 효과적으로 이용된다(Gandy, 1982).[24]

취재원과 기자의 관계에서 수용자들은 기자들이 생산하는 뉴스만을 볼 수 있기 때문에 미디어의 효과나 영향력을 과대평가하는 경향이 있으나 실제로는 정보원이 언론 보도 내용에 엄청난 영향을 미친다. 체보 취재과정에서부터 정보를 독점하고 있는 정보원은 자신이 강조하고 싶

은 방향으로 정보를 누출하거나 공개하고 심지어는 거짓 말을 하기도 한다. 자칫 정보원이 제공하는 내용을 검증하지 못하면 '정보원의 노예'가 되어 오보를 내기도 한다.

2.3 언론인의 역할지향성과 전문직업관

언론인들에게 있어 역할지향은 Turner(1974)[39]의 역할 개념에 비추어 보면 언론인들에게 주어진 일정한 역할에 대한 사회적 기대와 언론인 자신의 주관적 역할 인식의 사이에서 복잡한 인과관계가 작용한다고 볼 수 있다. 결국 언론인들의 역할지향성은 기본적으로 상황에 대한 행위자, 개인의 지향의식과 그 개인에게 규정된 역할에 대한 자신의 주관적 평가에 의해 형성된다. 이는 언론인의 역할지향은 복잡한 변인들의 상호 영향력 하에서 결정된다고 볼 수 있다.

언론인의 역할지향성에 관해 여러 학자들이 연구를 통해 유형화하였는데 대표적으로 '관찰자-참여자'와 '수문장 모델-주창자 모델'로 구분할 수 있다. Johnstone(1976)은 미국 기자들의 역할 인식을 조사한 결과 '중립적 관찰자'와 '참여자'로 나타났다고 주장했으며[30] Weaver와 Wilhoit(1986)은 Johnstone의 연구에서 구분한 두 가지의 분류가 한계가 있음을 지적하면서, '대내자 역할', '해설적/탐사적 역할', '정보전달 역할' 등 세 가지의 분류로 수정하였다[42].

Janowitz(1975)는 언론인의 역할을 '수문장 모델(gatekeeper model)'과 '주창자 모델(advocate model)'로 분류하였다[28]. Etzioni(1969) 역시 신문사 조직 안에 '실용주의적 집단'과 '규범적 집단'이 존재한다고 보았으며[20], Tunstall(1971)은 수용자 획득 지향, 광고수입 지향, 비영리적 지향으로 나누어서 권위지와 대중지가 지향의 강도가 다르고, 한 부서 안에서도 지향에 있어서 갈등을 나타난다는 것을 밝힌 바가 있다[38].

한편 McQuail(1987)은 언론인의 직업적 역할 갈등을 세 가지로 유형화했다. 첫째 능동적이고 참여적으로 역할을 수행할 것인지 아니면 중립적으로 정보를 전달할 것인지, 둘째는 창조적 기술을 발휘할 지, 경영층과 조직에 요구에 맞출지, 셋째는 수용자와 사회를 위해 언론 본래의 목적을 달성할지, 소비상품으로서 욕구를 충족시켜 줄 지에 대해 언론인은 고민을 한다고 말했다[33]. 한국 언론인의 역할지향 유형에 대해 살펴보면 오진환(2002)은 한국 언론인의 역할인식에 대해 조사하여 국가, 정부 및 수용자, 언론 조직의 세 범주로 분류하였으며[4] 김선

남과 정현욱(2007)은 우리나라 지역 일간지 기자들의 역할지향 구조를 살펴보고 이를 '직업윤리 지향', '조직 지향', '성취 지향'으로 구분하였다[3].

이처럼 언론인은 자신의 역할지향에 따라서 서로 다른 정체성을 가지고 있다. 이러한 역할지향의 차이는 역할 갈등을 야기하기도 한다. 가장 먼저 부딪히게 되는 문제는 전문직으로서의 목표와 소속된 언론 조직의 목표가 대립되는 것이다. 기자는 스스로의 전문적 지식과 기술을 이용해서 보도를 하고, 공공의 이익에 부합하려고 노력한다. 하지만 동시에 언론 기업은 기자들의 작업 과정에서 자본과 자원을 통제함으로써 이윤을 목표로 하는 '생산적'목표에도 부합되도록 한다. 따라서 신문사에서 제목을 결정하는 편집자들이 자신의 역할을 어떻게 규정하고 있는냐에 따라서 제목을 선택하는 기준이나 제목의 기능, 역할에 대한 판단이 달라질 수 있다.

언론인이 전문직인가 하는 문제가 수십 년 동안 논란의 대상이 되어 왔다. 언론이 우리 사회의 정치, 경제, 사회, 문화 등 전반적인 상황에 미치는 영향력을 감안해 볼 때 전문직의 영역으로 다루어져야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있다. Lambeth(1986)는 일반적인 전문직의 특성과 전문직으로 언론의 특성을 첫째 전문직은 상근직이며 많은 언론인도 이에 속한다. 둘째 전문직 종사자들은 전문직종의 목표에 아주 충실하나 언론인들은 의사가 의학에 전념하는 만큼 언론에 전념하지는 않는다. 셋째 전문 분야로 입문하고, 그 분야에서 지속적으로 일하는 것이 공식적인 조직에 의해서 통제되거나 언론인들은 면허증을 가지고 있지 않고 언론인이 되기 위해서는 언론사에 고용되기만 하면 된다. 넷째 전문직은 정규 교육과 특정한 지식을 습득해야 전문 직종에 입문할 수 있으나 언론인들은 대부분 언론 교육을 받았지만 언론학이 필수적인 것은 아니다. 다섯째 사회에 봉사해야 한다고 제시했다[31].

또 유일상(2001)은 언론인은 정보를 수집하고 가공하여 독자나 시청자들이 좀 더 이해하기 쉽고 가치 있는 것으로 변환하거나 더욱 신선도 높은 뉴스를 생산해내는 전문직업인이라고 강조했다[6].

언론인이 전문직으로서의 태도를 지향해야 하는 이유에 대해 일찍이 차배근(1980)은 시대적 요청에 의한 필요성과 편집의 자율성을 위해 언론인의 전문직화가 필요하다고 주장하였으며[12] 나아가 강명구(1993)는 언론의 전문직화에 대해 사회적 봉사, 전문지식에 근거한 전문적 판단능력, 작업과정에서 자유와 자율의 확보라는 목표를

내세우면서 조직의 상업주의적 목적에 대비되는 이상주의적 지향을 강조하였다[1].

언론인의 전문직업관이란 언론인이 전문직으로서의 구성요건을 얼마나 갖추고 있고, 언론인 개인이 지니고 있는 직업적 태도가 얼마나 전문직의 가치를 지향하고 있는가를 의미한다. 하지만 Vollmer와 Mills(1966)는 고정된 전문직의 정체는 존재하지 않으며, 지향해야 할 이상향이 있다고 밝혔다[41]. 따라서 특정한 자격 요건을 갖추는 것보다는 언론인이 전문직으로서 자신을 얼마나 지각하고, 사회 속에서 어떠한 전문적인 위치를 점하고 있느냐 하는 인식이 더욱 중요하다고 볼 수 있다.

실제로 오늘날의 많은 언론인은 자신을 전문직이라고 인식하고 있으며, 전문직 언론인은 어떠한 해야 하는지에 대한 생각 또한 공유하고 있다(Shoemaker & Reese, 1991)[35]. 미디어에 종사하고 있는 대다수의 사람들은 자신을 고용주에 예속된 노동자가 아닌 전문직 집단의 일원으로 보려는 경향이 강하다. 그러나 언론인들은 전문직으로서의 정체성과 거대 미디어 조직 내에 존재하는 피고용인이라는 정체성의 이중적 정체성을 지니고 있다.

이러한 이중적 통제를 극복해 나가는 과정에서 언론인과 언론사 조직, 그리고 보도 내용까지 영향을 미치게 된다(Pollad, 1995)[34]. 즉 언론인의 전문직업관은 독자에게 전달할 가치가 있는 것이 무엇이며 기사는 어떻게 전개되어야 할 것인지를 결정하는데 영향을 미칠 것으로 보인다(Shoemaker & Reese, 1991)[35]. Johnstone(1976)은 언론인들이 자신을 전문직으로 생각하고 있는 한 전문직 내외의 사람들로 부터 압력이나 간섭을 받지 않고 자율적으로 자신들의 활동을 수행할 것이라고 생각했다[30]. Soloski(1989) 역시 전문직 종사자들은 조직 외부에서 제공되는 이러한 전문직 규범과 평가기준을 활용하여 오히려 자신의 고용인이 만든 기준을 평가한다[37]. 따라서 전문직업관은 언론인이 권한을 행사하고 직무를 수행할 때 중요한 영향을 미친다고 볼 수 있다.

3. 연구문제 및 연구방법

3.1 연구문제

신문기사의 제목은 독자적 저널리즘의 영역을 구축하며 독자들에게 여러 가지 측면에서 영향을 미치고 있다. 그럼에도 지금까지 신문기사 제목에 대한 연구는 그다지 활발하게 이루어지지 않은 실정이다. 특히 신문 제목을

결정하는 주체인 편집자들을 대상으로 어떠한 기준에 의해서 신문 제목을 선택하는지를 과학적으로 검증한 연구는 전무한 상황이다.

본 연구는 이러한 필요성 아래에서 신문사 편집자들이 신문기사 제목을 결정할 때 어떠한 요인을 중요하게 생각하고 있는지 그 결정요인을 파악하고 밝혀내는데 일차적인 목적이 있다.

또 신문 제목을 결정하는데 있어 주변의 여러 변인 즉 뉴스 콘텐츠를 생산하는데 영향을 미치는 여러 영향변인들이 편집자에게 어떻게 작용하며 이는 제목 결정에 어떻게 반영되는지도 알아본다. 또한 편집자들이 제목을 결정하는 과정에서 편집자들이 인식하는 역할지향성, 전문직업관이 어떠한 경로로 어떠한 영향을 미치는가를 탐색하는데 부차적인 목적이 있다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 신문사 편집자들의 신문기사 제목 결정요인은 어떻게 구성되는가?

둘째, 뉴스 영향변인은 신문기사 제목의 결정요인에 영향을 미치는가?

셋째, 뉴스 영향변인이 신문기사 제목 결정요인에 영향을 미치는 과정에서, 편집자의 역할지향성은 어떤 영향을 미치는가?

넷째, 뉴스 영향변인이 신문기사 제목 결정요인에 영향을 미치는 과정에서 편집자의 역할지향성과 전문직업관은 어떤 영향을 미치는가?

3.2 조작적 정의 및 측정방법

본 연구에서의 신문제목 결정요인은 편집자들이 제목을 뽑을 때 어떠한 사항을 중요하게 생각하고 제목을 결정하는지에 대한 중요도를 의미한다. 그 요인을 추출해 내기 위해 여러 학자들의 제목에 대한 논의를 분석하고 2010년 11월 18일부터 30일까지 편집기자들을 대상으로 개방형 질문지를 사용하여 '제목의 기능'과 '신문 제목을 뽑을 때 가장 먼저 고려하는 사항'을 각각 5개 문항씩 기술하도록 하여 목록화하였다. 총 46명이 사전 조사(pretest)에 답하였으며 응답자들이 기술한 결정요인 중에서 총 127개 문항이 추출되었다. 이어 추출된 문항을 저널리즘을 전공한 전문가 2명과 내용타당도 검증을 실시하였으며 최종적으로 7개 요인에 각각 6개 문항씩 총 42개 문항을 신문 제목 결정요인 항목으로 선정했다.

언론인의 역할지향성은 뉴스 영향변인의 작용과 언론인의 이상적 역할유형에 대한 주관적 지향을 의미한다. 본 연구에서는 McQuail(1987)[33], Weaver & Wilhoit(1986)[42], Shoemaker와 Reese(1991)[35] 등이 제시한 언론인의 역할모형을 토대로 황영철(1995)[15]이 신문기자를 대상으로 재구성한 척도를 사용하였다.

본 연구에서 전문직업관은 언론인이 지니는 직업적 가치관을 의미하는 것으로 신문사 기자들이 중요시하고 있는 직업의 조건들이 어느 정도로 전문가적 가치를 지향하고 있으며 비전문직적 가치를 경시하고 있는가에 의해 판단된 기자들의 태도를 말한다. 이러한 전문직성향을 측정하기 위해 McLeod와 Hawley(1964)[32]가 개발한 24개의 문항의 전문직 성향지표(professional orientation index)를 사용하였다.

최종 설문조사는 한국언론재단에서 발행한 2010년 전국 언론 인명록을 기준으로 편집업무에 종사하는 중앙일간지 10개사와 중앙경제지 7개사 등 17개 언론사의 편집부 기자를 모집단으로 설정하여 모두 345명에게 2011년 7월 21일에서 7월 26일까지 1주일 동안 설문지를 전달하고 7월 27일부터 8월 9일까지 2주일에 걸쳐 우편과 직접 전달을 통해 설문지가 수거하였다. 17개사 편집부 기자 총 428명 중 282명이 설문에 참여하여 65.9%의 참여율을 보였으며 설문 회수율은 81.7%로 비교적 양호한 수준을 보여주었다. 총 282부가 수거되었으나 응답이 부실한 3부를 제외하고 실제적으로 279부가 통계분석에 이용되었다.

신문 제목 결정요인을 추출해내기 위해 설문지 응답 자료는 SPSS 18.0을 사용하여 분석하였다. 먼저 분석대상의 인구사회학적 속성을 알아보기 위해 기술통계(descriptive analysis)를 사용하였고, 변인들의 신뢰도분석(reliability analysis)을 행하였다. 신뢰도 분석을 실시한 결과 제목결정 42개변인의 신뢰도계수(Cronbach's Alpha)는 0.927(df 278.41, F-74.188, P<0.0001)로, 뉴스 영향변인과 관련된 17개 변인으로 신뢰도를 분석하기 위해 산출한 신뢰도계수(Cronbach's Alpha)는 0.863(df 278.16, F-140.404, P<0.0001)으로, 편집기자들의 역할지향성과 관련한 10개 변인의 신뢰도계수(Cronbach's Alpha)는 0.543(df 278.9, F-217.556, P<0.0001)으로, 신문사의 기능과 관련한 6개 변인의 신뢰도계수(Cronbach's Alpha) 역시 0.329(df 278.5, F-82.208, P<0.0001)로, 이상적인 직업관 즉 전문직업관 척도의 타당성을 측정하기 위한 24개 변인의 신뢰도계수(Cronbach's Alpha)도

0.910(df 278.23, F-95.007, P<0.0001)로 각각 산출되어 설문문의 신뢰도가 검증되었다.

편집자들이 신문 제목을 결정할 때 어떠한 요인을 중요하게 생각하는지 그 변인군을 찾아내기 위해 수집한 자료에 대하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 요인분석 방법으로는 공통요인분석의 주성분 분석(principal factoring)을 사용하였다. 인구사회학적 변인의 특성을 찾아보기 위해서는 T테스트와 아노바(ANOVA) 분석을 실시하고 뉴스 역할지향성과 전문직업관이 신문 제목 결정요인에 미치는 영향을 밝혀내기 위해서는 다변인 회귀분석(multiple regression analysis)과 단순 회귀분석(regression analysis)을 각각 실시하였다.

응답한 편집자들의 인구사회학적 속성을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 설문 응답자의 인구사회학적 속성

인구사회학적 속성	세부 항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	203	72.8
	여자	76	27.2
	전체	279	100.0
연령	20대	22	7.9
	30대	112	40.2
	40대	117	41.9
	50대 이상	28	10.0
	전체	279	100.0
학력	대졸	244	87.5
	대학원이상	35	12.5
	전체	279	100.0
직급	사원	165	59.1
	초급간부	81	29.0
	중간간부	33	11.9
	(부장/부국장급) 전체	279	100.0
경력	5년 미만	47	16.8
	5년~10년	46	16.5
	11년~15년	63	22.6
	16년~20년	61	21.9
	21년 이상	62	22.2
	전체	279	100.0

4. 분석결과 및 해석

4.1 제목 결정 요인의 구성

연구문제 1은 '신문사 편집자들의 신문기사 제목 결정

요인은 어떻게 구성되는가?’이다. 요인분석을 통해 분석한 결과 총 11개 요인이 추출되었으나 아이겐 값 1.0이하를 제외한 7개 요인을 추출하였으며 전체 변량의 52.01%를 설명하는 것으로 나타났다.*

첫 번째 요인은 제목을 결정하는데 있어 독특하고 참신하며 재미와 재치가 있는 표현을 중요시하며 최신성, 새로운 사실, 지식 전달에 중점을 두는 11개 항목으로 구성되어 ‘창의성’으로 명명하였다. 아이겐값(eigen value)은 4.09이었고 전체 변량의 9.75%를 설명하고 있으며 신뢰도계수는 .81, 8개 항목의 평균값은 3.89(SD=.46)로 나타났다.

두 번째 요인은 표준어 사용, 문법에 맞도록 구성, 문장의 완결성, 품격 있는 단어 배제 등 언어/문법 요인을 포함하는 6개 항목들로 구성되어 ‘표준 표현’으로 명명하였으며 아이겐값은 3.25이었고 총변량의 7.73%를 설명하는 것으로 나타났다. 신뢰도계수는 .76이었고 3.71(SD=.57)의 평균을 보여주었다.

세 번째 요인은 이해당사자 입장 반영 등 균형감 중시, 편향적 시각 배제와 공정성 담보, 사회의 새로운 사조 반영, 기사가치 측정을 중요시하는 5개 항목으로 구성되어 ‘공정성’으로 명명하였다. 아이겐값은 3.13이었고 총변량의 7.45%를 설명하고 있었다. 이 요인의 신뢰도계수는 .68이었으며 평균은 3.96(SD=.52)으로 나타났다.

네 번째 요인은 제목이 과장되거나 논조가 왜곡되지 않게 하면서 독자에게 친절하게 기사내용을 안내하며, 독자에게 피해가 가지 않도록 제목을 결정하는 것을 중요시하는 6개 항목으로 구성되어 ‘독자 배려’로 명명하였다. 이 요인에서 아이겐값은 3.12이었고 총변량의 7.42%를 설명하고 있었으며 이 요인의 신뢰도계수는 .71이었고 평균은 3.90(SD=.48)로 나타났다.

다섯 번째 요인은 데스크의 성향이나 신문사의 방침을 고려하고 제목, 글자 크기조절 등을 통해 기사의 등급화를 중요하게 생각하는 5개의 항목으로 구성되어 ‘사시 반영’이라 명명하였으며 아이겐값은 3.05이고 총변량의 7.26%를 설명하고 있었다. 신뢰도계수는 .75이었고 평균은 3.35(SD=.59)로 7개요인 중 가장 낮은 점수를 보여주었다.

* 하나의 독립된 인자로 인정받기 위해서는 최소한 아이겐 값(eigen value)이 1.0 이상이어야 하며, 최소한 두 개 문항이 .50 이상의 주인자 적재치를 가지는 동시에 .40 이상의 부인자 적재치가 없어야 한다는 기준을 적용시켰다.

여섯 번째 요인은 기사의 핵심내용을 반영하여 압축적으로 요약하고 구체적으로 표현하고 사실을 전달하는 것, 기사내용과 제목과의 합치성을 중시하는 5개 항목으로 구성되는 등 정보전달 측면을 강조하여 ‘요약 기능’으로 명명하였다. 아이겐값은 2.61이었고 총변량의 6.20%를 설명하고 있었으며 신뢰도계수는 .70이고 평균은 4.24(SD=.44)로 7개요인 중 가장 높은 점수를 보여주었다.

일곱 번째 요인은 독자의 호기심이나 흥미를 유발하고 제목을 통해 독자가 기사를 읽도록 유도하는 것을 중요시하는 4개의 항목으로 구성되어 ‘흥미 소구’로 명명하였으며 아이겐값은 2.60이었고 총변량의 6.20%를 설명하고 있었다. 신뢰도계수는 .73이며 평균은 4.21(SD=.48)로 나타나 여섯 번째 요인인 ‘요약 기능’ 요인 다음으로 높은 평균을 나타냈다.

지금까지 논의한 요인들을 정리하면 다음 <표 2>와 같다.

4.2 뉴스 영향변인이 제목 결정요인에 미치는 영향

연구문제 2는 ‘뉴스 영향변인은 신문기사 제목의 결정 요인에 영향을 미치는가?’이다. 뉴스 콘텐츠 생산의 영향변인이 뉴스 기사의 핵심을 요약하는 결정물인 제목에도 동일한 영향을 미치는 것으로 보고 본 연구에서는 정부와 광고주 등 외부 변인과 독자 입장과 사회가치에 대한 고려, 사시 반영 등 내부 변인이 제목 결정 요인에 영향을 미치는가를 알아 봤다.

역할 대상의 영향변인 즉 역할정의자들로부터 오는 역할기대에 대한 관여의 정도를 나타내는 영향변인을 실제적으로 역할대상에 대한 관여도와 역할유형 합의로로서 측정하였다.

먼저 영향변인을 요인분석한 결과 총 3개의 요인이 추출되었으며 전체 변량의 57.76%를 설명하는 것으로 나타났다. <표 3>에서 볼 수 있듯이 첫 번째 요인은 정부나 광고주를 우선하여 ‘정치경제 지향성’이라고 명명하였으며 이 요인은 아이겐값 4.50였으며, 전체 26.47%를 설명하고 있다. 두 번째 요인은 독자의 평가와 사회적 규범 등을 중시하여 ‘윤리적 지향성’이라고 명명하였으며 이 요인은 아이겐값 3.02이었으며, 전체 17.78%를 설명하고 있다. 세 번째 요인은 소속 언론사의 방침이나 경영진의 요구 등을 우선하여 ‘조직지향성’으로 명명하였으며 이 요인의 아이겐값은 2.30이었으며 총 변량의 13.51%를 설

〈표 2〉 신문기사 제목 결정요인에 대한 요인분석

항목	창의성	표준 표현	공정성	독자 배려	사시 반영	요약 기능	흥미 소구	h ²
참신한 표현 사용	.67	.04	.19	.12	.00	-.01	.14	.520
제목의 운율, 리듬감 살림	.58	.39	.04	-.12	.19	.17	.03	.576
다른 지면과의 차별성 고려	.58	.15	.12	.12	.24	.11	.21	.503
눈길 끄는 튀는 표현 사용	.58	-.05	.04	-.20	.39	.05	.21	.578
독자가 재미, 재치 느끼는 것	.54	.12	-.04	.27	.10	-.04	.40	.545
시의적절성, 최신성	.53	.21	.10	.32	.06	.18	.18	.502
다른 언론에 보도안된 새 사실	.52	-.09	.16	.31	.11	.16	.01	.431
새로운 지식, 트렌드 전달	.50	.30	.28	.31	-.04	-.14	.19	.544
글자수 제한 등 제목의 간결성	.43	.42	.03	.01	.12	.30	.05	.465
여론의 흐름 유도	.35	.21	.34	.23	.28	-.02	-.33	.333
이념적 가치 중시	.35	.02	.32	.30	.01	.00	.15	.514
문법에 맞도록 구성	.17	.65	.08	.22	-.07	.12	-.03	.517
표준어 사용	-.01	.62	.18	.12	.05	.32	.22	.578
선정적, 자극적 표현 배제	.02	.60	.06	.38	.01	.03	.03	.548
문장의 완결성(주어+술어)	.17	.50	.24	.07	.30	.13	-.19	.481
품격 있는 단어 사용	.30	.50	.32	.33	.11	.03	-.03	.561
시각적인 균형	.16	.37	.35	.10	.20	.09	.26	.402
이해당사자 입장 반영 등 균형	-.06	.33	.65	.10	.27	.08	.11	.637
편향 시각 배제, 공정성 담보	.05	.16	.65	.20	.00	.12	.09	.510
사회의 새로운 사조 반영	.36	.04	.57	.08	.12	.08	.12	.494
기사가치를 측정	.20	-.10	.50	.22	-.19	.34	-.07	.502
독자에게 감동을 주는 것	.35	.21	.46	-.07	.26	-.08	.17	.477
과장된 표현 배제	.00	.39	.11	.68	-.02	.06	-.03	.645
기사내용 안내	.11	.09	-.12	.58	.27	.30	.14	.556
기사 논조 왜곡 막기	.16	.16	.18	.56	.04	.26	.08	.467
독자에게 피해주지 않기	.18	.15	.38	.55	.06	.07	.18	.540
독자에게 친절한 제목 제공	.16	.18	.25	.50	.12	.11	.13	.383
독자의 궁금증 해소	.17	.01	.39	.39	.28	.12	.15	.445
테스크 성향 고려	.06	-.04	.05	.14	.78	-.01	.10	.645
신문사의 방침 고려	.12	-.13	.19	-.07	.66	.11	.15	.547
등급화(제목,글자 크기조절 등)	.13	.24	-.08	.13	.57	.24	.18	.508
색상, 서체 등을 선택	.14	.32	.16	.15	.56	.06	.06	.488
깃구나 유행어 활용	.48	.12	.08	.07	.52	.04	.05	.530
핵심내용 반영	.09	.14	.07	.09	.07	.72	.16	.581
기사내용 압축적 요약	-.05	-.01	.09	.05	.08	.66	.19	.484
기사내용과 제목의 합치성	.08	.30	.03	.22	.02	.56	.18	.491
기사내용 구체적 표현	.28	.10	.04	.18	.35	.50	-.20	.534
사실을 전달하는 것	.08	.24	.34	.16	.07	.50	-.11	.473
독자의 호기심 유발	.25	-.10	.09	.11	.09	.11	.68	.538
독자가 기사 읽도록 유도	.15	.07	.16	.18	.23	.15	.68	.617
독자가 흥미 느끼도록 하는 것	.28	.04	.07	.18	.17	.07	.66	.584
레이아웃과 조화를 이루는 것	.08	.26	.38	-.10	.03	.21	.51	.530
아이겐값	4.09	3.25	3.13	3.12	3.05	2.61	2.60	21.85
총설명변량(%)	9.75	7.73	7.45	7.42	7.26	6.20	6.20	52.01
공통변량(%)	18.75	14.86	14.32	14.27	13.96	11.92	11.92	100

명하고 있었다.

먼저 제목결정요인과 영향변인과의 관계를 알아보기 위해 <표 4>와 같이 상관관계를 분석하였다. 상관관계 계수를 산출한 결과 제목결정요인 중 창의성, 표준 표현, 공정성, 독자 배려는 영향변인의 윤리적 지향성과 관계

가 있으며 제목결정요인 사시 반영은 영향변인의 정치경제 지향성과 조직지향성과, 제목결정요인 중 요약 기능과 흥미 소구는 영향변인의 조직지향성과 각각 관계가 있는 것으로 나타났다.

그러나 제목결정요인과 영향변인과의 상관관계와 설

〈표 3〉 영향변인에 대한 요인분석

영향변인 항목	정치 경제 지향성	윤리적 지향성	조직 지향성	h ²
내용에 대한 정부 또는 관련당국의 대응	.84	.13	.06	.724
정부가 자신에게 바라고 있다고 생각되는 기대	.82	.08	.06	.684
보도될 사건/사실들에 대한 광고주의 태도	.79	-.11	.23	.691
내용에 대한 광고주의 반응이나 평가	.77	-.10	.23	.653
정부가 보도될 사건/사실에 대해 갖는 태도	.75	.16	.04	.597
외부 언론전문가들이 편집에 대해 갖는 기대	.62	.41	.05	.561
기사에 대해 독자들로부터 얻게 될 명성	.55	.48	.07	.537
보도하는 기사에 대해 독자들이 내릴 평가	.04	.86	.07	.752
보도될 사건/사실들에 대한 독자들의 태도	.01	.83	.13	.709
윤리, 도덕적 측면서 요구되는 사회적 규범	-.04	.58	-.03	.336
자신의 기사에 대한 동료기자들의 반응	.48	.52	-.02	.502
<독자의 의견> 투고된 보도에 대한 독자 비판	.47	.48	-.09	.465
언론사가 귀하의 기사에 대해 내리게 될 평가	.26	.47	.24	.343
소속 언론사 경영진의 공식적인 요구나 기대	.31	-.12	.75	.673
소속 언론사가 표방하는 사시	.14	.06	.73	.562
보도될 사건에 대해 소속 언론사가 갖는 태도	.01	.04	.72	.522
소속 부서 내에서 결정된 취재/편집 방침	-.02	.19	.69	.509
아이겐값	4.50	3.02	2.30	9.820
총설명변량(%)	26.47	17.78	13.51	57.76
공통변량(%)	45.83	30.78	23.39	100

〈표 4〉 제목결정 요인과 영향변인 요인의 상관계수

	창의성	표준 표현	공정성	독자 배려	사시 반영	요약 기능	흥미 소구	정치 경제 지향성	윤리적 지향성	조직 지향성
창의성										
표준 표현	N.S									
공정성	N.S	N.S								
독자 배려	N.S	N.S	N.S							
사시 반영	N.S	N.S	N.S	N.S						
요약 기능	N.S	N.S	N.S	N.S	N.S					
흥미 소구	N.S	N.S	N.S	N.S	N.S	N.S			.13*	
정치경제 지향성	+.12	N.S	+.11	N.S	.36***	N.S	N.S			
윤리적 지향성	.21***	.22***	.23***	.29***	N.S	N.S	N.S	N.S		
조직 지향성	+.10	N.S	N.S	N.S	.29***	.19***	.14*	N.S	N.S	

N.S = Non significant. *p<0.1,*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

명령의 정도를 확보하기 위해 7개의 제목 결정요인과 3개의 영향변인 요인을 다변인 회귀분석을 실시하였다.

위에서 제시한 3가지 영향변인 즉 정치경제 지향성, 윤리적 지향성, 조직지향성이 신문기사 제목 결정요인에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한 결과 <표 5>와 같이 영향변인이 7개의 제목 결정요인에 모두 영향을 미치는

것으로 나타났다. 이것은 언론인이 역할대상 즉 정부와 광고주, 독자나 동료, 소속 언론사나 부서 및 경영진, 독자와 사회적 규범 중 어느 것을 중요하게 생각하느냐에 따라 제목을 결정하는 기준에 차이가 있음을 설명해 준다.

구체적으로 살펴보면 제목결정요인 중 제1요인에 해당하는 ‘창의성’은 영향변인 중 윤리적 지향성($\beta=.21$,

〈표 5〉 영향변인이 신문제목 결정요인에 미치는 영향

	창의성	표준 표현	공정성	독자 배려	사시 반영	요약 기능	흥미 소구
	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta
정치경제 지향성	*.12	-.02	*-.11	.01	***.36	-.07	-.07
윤리적 지향성	***.21	***.22	***.28	***.29	-.04	.05	*.13
조직 지향성	*.10	-.09	.08	.02	***.29	** .19	*.14

*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

p<.01)이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며 정치경제 지향성($\beta=.12$, $p<.01$)과 조직지향성($\beta=.12$, $p<.01$)도 영향을 미치고 있는 것으로 분석됐다. 다음은 제목 결정요인 중 ‘표준 표현’에는 윤리적 지향성($\beta=.22$, $p<.01$)이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석됐으나 조직지향성과 정치경제 지향성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

영향변인이 ‘공정성’ 요인에 미치는 영향을 분석한 결과 ‘표준 표현’ 요인과 마찬가지로 언론인의 사회적 윤리를 중시하고 독자들의 평가와 동료기자들의 반응 등을 중요하게 생각하는 윤리적 지향성이 ‘공정성’ 요인에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.28$, $p<.01$). 제목 결정의 제4요인에 해당하는 ‘독자 배려’를 더 잘 설명하고 예측하는가를 분석한 결과 영향변인 중 윤리적 지향성이 ‘독자 배려’ 요인에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며($\beta=.28$, $p<.01$) 조직지향성($\beta=.02$, $p<.01$)과 정치경제 지향성($\beta=.01$, $p<.01$)도 작지만 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 밝혀졌다.

제목의 결정요인 중 ‘사시 반영’를 더 잘 설명하고 예측하는가를 알아보기 위한 분석에서는 정치경제 지향성($\beta=.36$, $p<.01$)이 가장 잘 설명하고 예측하는 것으로 나타났으며 조직지향성 역시 ‘사시 반영’ 요인에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다($\beta=.29$, $p<.01$). 그러나 위의 공정성, 표준 표현, 독자 배려 등에서 유의한 영향력을 미쳤던 윤리적 지향성은 통계적으로 유의한 영향력을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

영향변인이 ‘요약 기능’ 요인에 미치는 영향을 분석한 결과 조직지향성이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.19$, $p<.01$). 또한 윤리적 지향성($\beta=.05$, $p<.03$)도 ‘요약 기능’ 요인을 설명하고 예측해 주는 것으로 분석되었다. 마지막으로 ‘흥미 소구’를 더 잘 설명하고 예측하는

가를 분석한 결과 ‘요약 기능’ 요인과 마찬가지로 영향변인 중 조직지향성($\beta=.14$, $p<.01$)과 윤리적 지향성($\beta=.13$, $p<.01$)이 ‘흥미 소구’ 요인에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으나 정치경제 지향성은 유의한 영향력을 행사하지 못하는 것으로 분석되었다.

4.3 편집자의 역할지향성이 제목 결정요인에 미치는 영향

연구문제 3은 ‘뉴스 영향변인이 신문 기사 제목결정 요인에 영향을 미치는 과정에서, 편집자의 역할 지향성은 어떤 영향을 미치는가?’이다 이를 위해 인구나사회학적 변인이 제목 결정 요인에 미치는 영향과 편집자의 역할 지향성을 고려했을 때, 뉴스 영향변인은 제목 결정 요인에 어떤 영향을 미치는가를 분석해 봤다.

인구나사회학적 속성에 따른 변인별 응답특성을 찾아보기 위해서 T테스트와 아노바(ANOVA)분석을 실시했다. 분석 결과 성별변인-학력변인-직급변인에서는 유의도가 없는 것으로 분석되었으며 경력변인에서는 근무연수가 신문제목 결정요인 중 ‘공정성’요인에 대해 $F=2.509$ (df 4, $p<.05$)로 차이가 있는 것으로 나타났다. 응답자를 근무연수 5년 단위로 나누어 5년 미만, 5년~10년, 11년~15년, 16년~20년, 21년 이상으로 살펴본 결과 16년~20년과 21년 이상 집단의 평균치가 그 외의 집단에 비해 긍정적으로 높게 나타났다.

이 같은 인구나사회학적 변인에 의한 분석은 직급과 성별에 따라 중요하게 생각하는 제목결정 요인의 차이를 보일 것이라는 일반적인 생각과는 거리가 있는 것으로 학력과 직급, 성별에 따라서는 차이를 파악할 수 없었다. 경력에 있어서도 근무연수가 많을수록 제목 결정요인의 ‘공정성’ 요인을 중히 여길 뿐 나머지 요인에 대해서는 차이점을 보이지 않았다.

〈표 6〉 역할지향성에 대한 요인분석

역할인식 항목	사회안정 협조지향	중립적 정보전달	사회개혁 견제지향	전문가 지향	h^2
정책이 실효를 거두도록 협조 보도	.80	.02	-.13	-.04	.666
사회 안정 유지 역할 수용	.80	.24	.03	-.04	.699
사실/정보를 전달하는 역할 수행	.07	.77	.08	.19	.634
더 중립적인 입장에서 사회현상 직시	.19	.73	-.01	-.20	.587
보다 해설적이고 탐사적인 보도	.09	.58	.24	.25	.459
강자논리의 지배가치화 견제	.011	.01	.84	-.06	.712
사회개혁을 위한 역할 수행	.44	.11	.58	.15	.561
정부정책에 대한 문제점 분석 보도	-.19	.32	.54	.17	.457
전문가 의견 자문해 보도	.23	-.11	.13	.83	.775
전문 지식 식견 바탕해 보도	.18	.05	.34	.73	.684
아이겐값	2.40	1.71	1.11	1.01	6.234
총설명 변량(%)	24.00	17.12	11.09	10.14	62.35
공동변량(%)	38.49	27.43	17.80	16.20	100

연령변인에 있어서는 신문제목 결정요인의 ‘공정성’ 요인과 ‘홍미 소구’요인에서, 영향변인의 ‘윤리적 지향성’과 ‘조직지향성’에서 차이를 보이는 것으로 나타났는데 ‘공정성’요인에서는 연령이 많을수록, ‘홍미 소구’ 요인에서는 연령이 적은 20대 편집자들이 더욱 중히 여기고 있는 것으로 분석됐다. 영향변인의 ‘윤리적 지향성’ 요인 역시 20대에서 가장 높은 반응이, ‘조직지향성’ 요인에서는 40대가 가장 중요하게 생각하고 50대-30대-20대의 순으로 밝혀졌다.

이와 같은 의미 있는 차이는 나이가 많을수록 즉 50대-40대-30대-20대의 순으로 편향적 시각을 배제하고 이해당사자들 간의 입장을 균형 있게 반영하는 등 제목의 ‘공정성’을 중히 생각하는 경향이 높음을 의미라고 독자의 호기심과 흥미를 유발하여 기사를 읽도록 노력하는 경향은 20대가 제일 높게 나타나는 등 나이가 젊을수록 독자 흡인을 위한 연구와 실험을 꾸준히 하고 있는 것으로 볼 수 있다.

또 영향변인의 ‘윤리적 지향성’은 20대가 가장 높고 40대-50대-30대의 순으로 나타나 언론인으로서의 윤리 규범 등을 중시하는 경향은 세대별로 약간의 차이가 있는 것으로 분석되었으며 ‘조직지향성’은 보편적으로 연장자가 높으나 50대보다는 40대가 더 높은 것으로 나타나 가장 왕성한 활동을 하는 40대에서 신문사의 사시나 편집 방침 등을 더 중요하게 생각하고 있는 것으로 풀이된다.

다음은 언론인의 역할지향성이 제목의 결정요인에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 역할지향성을 편집자들의 주관적 인식과 해석의 과정을 통해 형성된 역할유형에

대한 합리적 태도로 조작화 하였다. 요인분석 결과 ‘사회 안정 협조 지향’, ‘중립적 정보전달 지향’, ‘사회 개혁 견제 지향’, ‘전문가 지향’ 등 4가지 요인<표 6>으로 구성되었으며 4개의 요인이 전체 변량의 62.34%를 설명하는 것으로 나타났다.

위에서 제시한 4가지 역할지향성 즉 사회 안정 협조 지향, 중립적 정보전달 지향, 사회개혁 견제 지향, 전문가 지향이 신문기사 제목 결정요인에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위해 다변인 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 <표 7>에서 볼 수 있듯이 전체적으로 편집자의 역할지향성은 제목의 결정요인에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 즉 편집자로서 자신의 역할을 어떻게 인식하고 어떠한 규범을 지향하고 있느냐에 따라 제목을 결정하는데 있어 중요하게 고려하는 요인이 달라지는 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보기 위해 먼저 4개의 요인으로 구성된 역할지향성 중에서 어떠한 변인이 제목결정 제1요인에 해당하는 ‘창의성’을 더 잘 설명하고 예측하는가를 분석하였다. 그 결과 네 가지 역할지향성 모두 ‘창의성’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중에서 전문가 지향($\beta=.18, p<.01$)과 사회 개혁 정부 견제 지향($\beta=.16, p<.01$)이 큰 영향력을 행사하고 있었고 사회 안정 협조 지향($\beta=.11, p<.01$)도 유의도가 있었다.

다음은 ‘표준 표현’을 더 잘 설명하고 예측하는가를 분석한 결과 역할지향성 중 전문가 지향($\beta=.43, p<.01$)과 중립적 정보전달 지향($\beta=.21, p<.01$)이 ‘표준 표현’ 요인에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 다음으로 사회

〈표 7〉 역할지향성이 신문제목 결정요인에 미치는 영향

	창의성	표준 표현	공정성	독자 배려	사시 반영	요약 기능	흥미 소구
	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta
사회안정 협조지향	.11	*.13	***.25	.04	***.23	.02	-.01
중립적 정보제공	.04	***.21	**15	***.32	-.04	***.21	*.15
사회개혁 견제지향	*.16	-.04	***.21	.10	.03	.09	.01
전문가 지향	*.18	.43	-.01	.11	-.03	-.00	-.05

*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

안정 협조 지향($\beta=.13, p<.01$)도 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 밝혀졌다. 그러나 사회개혁 견제 지향은 제목의 결정요인 중 하나인 ‘표준 표현’ 요인에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

다음은 역할지향성이 제목의 결정요인 중 ‘공정성’에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위해 분석결과 사회안정 협조 지향($\beta=.25, p<.01$)이 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났으며 사회개혁 견제 지향($\beta=.21, p<.01$)과 중립적 정보 전달 지향($\beta=.15, p<.01$) 역시 ‘공정성’ 요인을 잘 설명하고 예측하는 것으로 밝혀졌다.

역할지향성이 ‘독자 배려’ 요인에 미치는 영향을 분석한 결과 중립적 정보전달 지향이 가장 큰 영향력을 행사하는 것으로 나타났다($\beta=.32, p<.01$). 또한 사회개혁 견제 지향($\beta=.10, p<.01$), 사회안정·정부협조 지향($\beta=.04, p<.05$)도 ‘독자 배려’ 요인을 설명하고 예측해 주는 것으로 분석되었다.

역할지향성의 어떠한 변인이 제목의 결정요인 중 ‘사시 반영’ 요인을 더 잘 설명하고 예측하는가를 알아보기 위한 분석결과 사회안정 정부협조 지향 요인만이 영향을 미치고 있어 아주 흥미로운 결과가 도출되었다($\beta=.23, p<.01$). 이는 회사의 방침 등을 중시하는 편집자들이 사회의 안정을 바라고 정부 정책을 보다 긍정적으로 생각하고 있으며 보다 체제 순응적인 사고를 보이고 있는 것으로 풀이된다.

다음은 역할지향성이 제목의 결정요인 중 ‘요약 기능’에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위한 분석결과 중립적 정보전달 지향($\beta=.21, p<.01$)이 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 중립적인 정보 전달이 기사 핵심

내용의 전파에 가장 중요한 흥미로운 결과가 도출되었다. 그러나 사회안정 협조 지향($\beta=.02, p<.01$), 사회개혁 견제 지향($\beta=.09, p<.01$)은 ‘요약 기능’ 요인을 설명하고 예측하는 데는 비교적 거리가 먼 것으로 분석되었다.

마지막으로 역할지향성 중 어떤 요인이 ‘흥미 소구’를 더 잘 설명하고 예측하는가를 분석한 결과 네 가지 역할지향성 변인 모두 ‘흥미 소구’ 요인에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

역할지향성은 편집자들이 제목을 달고 편집업무를 수행할 때 언론인으로서 어떠한 사회적 역할을 수행해야 하는지에 관한 규범적 인식이라고 볼 수 있다. 이 연구에서는 요인분석을 통해 편집기자들이 4가지 종류의 역할지향을 가지고 있는 것으로 나타났다. 즉 편집자들은 언론인으로서 △사회안정 협조 지향(사회통합 역할) △중립적 정보제공 지향(정보제공 역할) △사회 개혁 견제 지향(권력감시 역할) △전문가 지향(공론장 역할) 등의 규범적 역할을 수행해야 하는 것으로 인식하고 있었다.

4.4 편집자의 전문직업관, 역할지향성이 제목 결정요인에 미치는 영향

연구문제 4는 ‘뉴스 영향변인이 신문기사 제목 결정요인에 영향을 미치는 과정에서 편집자의 역할지향성과 전문직업관은 어떤 영향을 미치는가?’이다.

전문직업관이 신문 제목 결정요인에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 다음 <표 8>에 제시한 바와 같이 전문직업관은 총 6개의 요인이 추출되었으며 전체 변량의 64.29%를 설명하는 것으로 나타났다.

전문직업관의 6개 요인은 모두 제목 결정의 7개 요인에 영향을 미치는 것으로 검증되었으나 '표준 표현'에는 연관성이 미약한 것으로 나타났다<표 9>. 이에 제목결정요인 중 '표준 표현' 요인을 제외한 6개 요인과의 전문직업관과의 영향 관계를 분석한다.

전문직업관이 제목의 결정요인 중 제1요인에 해당하는 '창의성'에 미치는 영향력을 살펴본 결과 전문직업관 중 기술·경험 향상 지향($\beta=.23, p<.01$)이 가장 큰 영향을 미치는 것을 비롯 개인주의 지향($\beta=.18, p<.01$)과 사회적 가치 지향($\beta=.16, p<.01$)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다음으로 전문직업관이 제3요인인 '공정성'에 영향을 미치는가를 분석한 결과 사회적 가치 지향($\beta=.16, p<.01$) 요인이 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났으며 제목 결정의 제4요인인 '독자 배려' 요인에는 먼저 사회적 가치 지향($\beta=.24, p<.01$)이 가장 큰 영향력, 그 다음으로는 개인주의 지향($\beta=.13, p<.01$)과 능력·표현 발휘 지향($\beta=.13, p<.01$)이 영향을 미치고 있었다. 제목의 결정요인 중 다섯 번째 요인인 '사시 반영'에도 전문직업관이 여러 요인에서 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 회사의 사시나 방침을 중시하는 편집자는 조직의 상사로부터 인정받고 동료들의 지지를 받으며 승진을 기대하는 주변 존경·승진 지향($\beta=.24, p<.01$)요인에서 가장 높게 나타났다. 이어 직업 안정·미래 지향($\beta=.15, p<.01$)과 개인주의 지향($\beta=.12, p<.01$)요인에서 영향력이 높은 것으로 분석되었다. 그러나 자신의 능력을 충분히 발휘하고 일에서 즐거움을 찾으려는 능력·표현 발휘 지향($\beta=-.15, p<.01$)에서는 유의도는 검출되었으나 부정적 반응으로 나타나 자신을 개발하고 능력을 키워나가려고 노력하는 편집자는 '사시 반영' 요인에 관심은 있되 이를 긍정적인 요인으로 받아들이지 않는 것으로 분석돼 관심을 끌었다.

전문직업관이 제목의 결정요인 중 제6요인에 해당하는 '요약 기능'에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한 결과 전문직업관 6개요인 중 능력·표현 발휘 지향($\beta=.17, p<.01$)이 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 전문직업관이 제목의 결정요인 중 제7요인인 '흥미 소구' 요인을 얼마나 예측하고 설명하는가를 살펴본 결과 능력 표현·발휘 지향($\beta=.13, p<.01$)과 주변 존경·승진 지향($\beta=.13, p<.01$)요인에서 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

제 1차적으로 회귀분석을 통해 제목 결정요인에 영향을 미치는 것이 확인된 영향변인과 역할지향성 요인을

전문직업관에 어떤 영향을 미치는가를 파악하기 위해 상관관계 분석<표 10>을 실시하였다.

영향변인의 정치경제 지향성과 윤리적 지향성, 조직지향성, 역할지향성의 사회 안정·협조 지향, 능력 표현·발휘 지향, 중립적 정보 지향, 사회 개혁·견제 지향과의 유의도를 검증한 결과 정치경제 지향성은 역할지향성의 사회 안정·협조 지향과 β 값 .420($p<.001$)으로 유의미한 관계를 보이는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 정부나 광고주의 관심과 대응, 외부전문가들이 갖는 기대 등을 중요시하는 편집자는 자신의 역할이 정부 정책이 실효를 거두도록 협조하고 사회 안정을 유지하도록 돕는 것이라고 인식하고 있는 경향이 높다는 것을 보여주고 있다.

영향변인 중 윤리적 지향성과 조직지향성, 역할지향성의 사회 안정·협조 지향, 능력 표현·발휘 지향, 중립적 정보 지향, 사회 개혁·견제 지향과의 유의도를 검증한 결과 윤리적 지향성은 역할지향성의 능력 표현·발휘 지향과 β 값 .299($p<.001$)로 가장 큰 관계를 가지고 있으며 중립적 정보 지향 β 값 .203($p<.01$), 사회 안정·협조 지향 β 값 .150($p<.05$)의 순으로 유의미한 관계가 있는 것으로 검증되었다.

영향변인의 조직지향성과 역할지향성의 사회 안정·협조 지향, 능력 표현·발휘 지향, 중립적 정보 지향, 사회 개혁·견제 지향과의 유의도를 검증한 결과는 조직지향성은 역할지향성의 능력 표현·발휘 지향, 사회 안정·협조 지향과 각각 β 값 .163($p<.05$), β 값 .132($p<.05$)로 유의미한 관계를 보이는 것을 분석했다.

특히 역할지향성의 사회 안정·협조 지향은 영향변인 3개요인 정치경제 지향성, 윤리적 지향성, 조직지향성과 모두 유의미한 관계를 가지고 있어 정치경제 지향성이든 윤리적 지향성이든 조직지향성이든 자신들의 역할을 무엇으로 생각하든 모든 편집자들이 정도의 차이는 있으나 정부 정책이 실효를 거두기를 바라고 사회가 안정을 유지하도록 협조하는 것을 기본적으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

〈표 8〉 전문직업관에 대한 요인분석

전문직업관 항목	주변 존경 승진 지향	능력 표현 발휘 지향	기술 경험 향상 지향	직업 안정 미래 지향	사회적 가치 지향	개인 주의 지향	h ²
조직상사로부터 인정	.75	.13	.26	.20	-.11	.07	.702
동료들의 지지	.73	.26	.19	.04	.07	.21	.684
조직에서 승진기회	.70	.00	.12	.27	.26	-.00	.640
알려지고 존경받는 것	.67	.02	.18	.22	.36	-.19	.689
동료 능력에 대한 존경심	.60	.25	-.03	-.03	.22	.45	.676
사회에서 명성	.58	-.04	.08	.35	.50	.23	.714
가족이 자랑스러워 하는 것	.44	.30	-.03	.11	.38	.39	.591
자신의 능력 충분히 활용	.13	.77	.28	.13	.09	.09	.713
일에 관련된 즐거움	.18	.76	.22	.10	-.06	.18	.710
독창적 자기표현 기회	-.03	.52	.30	.27	.33	.23	.595
전문 직업 경력 향상 기회	.20	.17	.78	.01	.01	.21	.711
새로운 기술 지식 습득	.12	.32	.69	-.00	.04	.18	.621
사회 주요인사와 접촉 기회	.11	.11	.68	.23	.20	-.18	.609
흥미 있고 다양한 경험	.19	.16	.64	.11	.04	.37	.624
영구적 직업의 안정성	.14	.30	.03	.73	-.02	.20	.674
많은 보수	.23	.05	.12	.65	-.03	.35	.614
미래적 전망이 좋은 것	.16	.51	.17	.64	.03	-.04	.728
경영경제에 영향 기회	.28	-.30	.06	.52	.41	.18	.642
조직발전에 기여	.18	.37	.09	.43	.38	.19	.520
국가나 사회에 필요한 가치	.13	.07	.34	.04	.82	.13	.715
대중들의 사고에 영향	.36	.05	.16	-.16	.53	.17	.481
사생활에 침해받지 않는 것	.10	.09	.13	.31	.01	.69	.606
독립적 업무 수행	-.05	.09	.20	.11	.33	.64	.591
마음에 맞는 사람과 작업	.18	.42	.21	.20	.09	.53	.578
아이겐 값	3.47	2.60	2.51	2.44	2.21	2.21	15.43
충실명 변량(%)	14.46	10.83	10.44	10.16	9.21	9.20	64.3
공통 변량(%)	22.16	16.85	16.26	15.81	14.32	14.32	100

N.S = Non significant. *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

〈표 9〉 전문직업관이 신문제목 결정요인에 미치는 영향

	창의성	표준 표현	공정성	독자 배려	사시 반영	요약 기능	흥미 소구
	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta
주변존경 승진지향	*.11	N.S	-.02	.02	***.24	.05	*.13
능력표현 발휘지향	.06		-.05	*.13	***-.15	*.17	*.13
기술경험 향상지향	***.23		***-.13	.09	-.08	.07	.06
직업안정 미래지향	.07		.04	.02	**-.15	.09	.02
사회적 가치지향	**-.16		**-.16	***.24	-.00	.03	-.04
개인주의 지향	*.18		.05	*.13	.12	-.04	.10

〈표 10〉 영향변인 요인과 역할지향성 요인간의 상관관계 분석

	정치경제 지향성	윤리적 지향성	조직 지향성	사회안정 협조지향	중립적 정보 전달	사회개혁 견제지향	전문가 지향
정치경제 지향성		N.S	N.S	.420***	N.S	N.S	N.S
윤리적 지향성			N.S	.150*	.299***	.203**	N.S
조직 지향성				.132*	.163*	N.S	N.S
사회안정 협조지향					N.S	N.S	N.S
중립적 정보 전달						N.S	N.S
사회개혁 견제지향							N.S
전문가 지향							

N.S = Non significant. *p<0.05,**p<0.01 ***p<0.001

5. 결론 및 논의

본 연구는 신문 제작에서 있어 큰 비중을 차지하고 있는 제목이 어떤 요인에 의해 결정되고 뉴스 영향변인과 편집자들의 역할지향성, 전문직업관이 제목에 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 탐구하기 위해 수행되었다. 신문사에서 게이트키퍼로 중요한 역할을 맡고 있는 편집 기자들에 대한 연구가 거의 없는 현실에서 중앙일간지와 중앙경제지 17개사의 기자 80%가 넘는 345명에게 제목 결정요인과 뉴스 영향변인, 역할지향성, 전문직업관에 대한 설문지를 배포해 81.7%의 회수율을 보이고 전체 편집 기자의 65.9%인 279명이 참여한 설문조사를 한 것은 국내에서 처음 있는 시도로 종이신문의 편집과 제작 과정, 편집기자의 인식과 영향력, 신문 제목의 의미를 파악해 보는 연구에 소중한 바탕이 될 것이다.

연구 결과 신문 제작의 가장 중요한 요소 중의 하나인 제목이 결정되는 데는 7개의 결정요인 즉 창의성, 표준 표현, 공정성, 독자배려, 사시 반영, 요약 기능, 흥미 소구 등이 높은 가치를 가지고 편집자들에게 영향을 끼침을 파악할 수 있었다.

이 같은 제목결정 요인들은 뉴스의 영향변인 즉 정부와 광고주·외부전문가 그룹을 중요시하는 정치·경제 지향 인식과 독자와 동료의 평가와 사회적 규범을 중시하는 윤리 지향, 사시와 경영진·부서 편집 방침 등 조직을

우선하는 인식 등과 상관관계를 가지고 있는 것으로 파악됐다.

독자와 동료, 사회적 규범을 중시하는 윤리적인 사고를 가지고 있는 편집자들은 제목을 결정하는데 창의성과 표준 표현, 공정성, 독자 배려, 흥미 소구 등 여러 요인을 감안하고 있었으며 정부와 광고주의 반응과 기대를 우선하는 편집자는 사시 반영 요인을, 회사의 방침과 편집방침을 중요시하는 편집자는 기사 내용을 정확히 전달하는 요약기능과 독자들의 흥미 소구 요인을 중시하고 있는 것으로 나타났다. 이는 사회적 규범을 중시하는 편집자 즉 ‘윤리적 지향성’이 높은 편집자가 보편적 인식의 전형적인 편집자임을 알 수 있었고 제목에 회사의 사시와 편집방침 등의 반영을 중요하게 인식하는 편집자는 윤리적 규범과는 무관한 양상을 보여 제작 현장에서 편향과 왜곡 등 무리한 편집을 시도할 수 있는 가능성을 가지고 있다고 유추할 수 있었다.

인구사회학적 분석에서는 편집자들의 성별·학력·직급은 제목 결정요인에 영향을 미치지 않으며 경력변인(근무연수가 많을수록 공정성 중시)과 연령변인에서 영향이 있음을 알 수 있었다.

그러나 연령변인은 공정성과 흥미소구에서 영향을 미쳤는데 연령이 많을수록 제목의 공정성을 중시하고 있었으며 젊은 편집자일수록 독자들의 흥미를 유도하고 신문의 열독률을 높이기 위한 노력과 실험을 하고 있는 것으

로 분석됐다. 또 윤리적 규범을 중시하는 인식은 20대 편집자가 가장 높고 40대-50대-30대의 순으로 신문사 생활을 어느 정도 겪은 30대가 윤리성이 결여되고 매너리즘에 젖어 있음을 간접적으로 보여주고 있으며 조직을 중시하는 인식은 40대가 가장 높고 50대-30대-20대로 나타나 40대가 신문사에서 가장 중요한 자리에 포진하고 있음을 역설적으로 설명해주고 있다.

편집자들의 역할인식에 있어서는 정부 정책 협조와 사회 안정을 우선하는 편집자(사회통합 역할)는 사시 반영과 공정성 창의성을, 정부 견제와 사회 개혁(권력감시 역할)을 우선하는 편집자는 공정성과 창의성을 중요시하고 있으며 중립적인 입장에서 사회를 분석하고 사실을 전달하는(정보제공 역할) 편집자는 공정성과 독자 배려, 요약기능, 표준 표현의 요인을 중요하게 여기고 있었다.

전문직업관 분석에서는 조직으로부터의 인정과 사회 명성을 우선하는 편집자는 흥미 소구와 사시 반영을, 자신의 능력을 발휘하고 일에서 즐거움을 찾는 편집자는 독자 배려, 요약 기능, 흥미 소구 등 독자와의 관계를, 새 지식을 습득하고 사회와의 교류를 확대하려는 편집자는 창의성 요인을 중요시하고 있으며 직업의 안정과 자신의 미래 전망 등을 중시하는 편집자는 사시 반영을, 국가와 사회의 가치 형성을 우선하는 편집자는 공정성과 창의성·독자 배려를, 개인주의 성향이 강한 편집자는 창의성과 사시 반영을 중시하는 경향이 있는 것으로 분석됐다.

이와 같은 분석을 제목의 결정요인별로 다시 정리하면 참신하고 튀는 제목 등 제목의 창의성을 우선하는 편집자는 언론인으로서의 윤리적 규범과 권력감시 역할을 중시하고 새 지식 습득과 자기 개발 노력을 중요시하고 있는 것으로 나타났으며, 표준 표현 요인을 중시하는 편집자는 윤리적 규범과 사회에 필요한 가치 형성을, 공정성을 우선하는 편집자 역시 윤리적 규범과 사회에 필요한 가치 형성을, 독자 배려 요인을 중시하는 편집자는 윤리적 규범과 자신의 능력 발휘를 가치 있게 생각하고 있는 것으로 분석됐다.

또 사시 반영 요인을 중시하는 편집자는 정부와 광고주의 반영과 사회 안정, 개인의 직업안정을 중요하게 생각하고 있으며 요약기능을 중시하는 편집자는 언론사의 사시-입장 반영과 자신의 능력 발휘와 조직으로부터의 인정을, 흥미 소구를 중히 여기는 편집자 역시 윤리적 규범과 자신의 능력 발휘와 조직에서의 인정을 우선하고 있는 것으로 나타났다.

특히 정부의 평가와 광고주의 의견을 반영하는 것을 중시하는 편집자도 제목의 공정성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나 정치세력이나 광고주에 대한 편향보다는 균형감을 유지하기 위한 노력을 하고 있음을 알 수 있었고 제목의 권력 감시 역할을 우선하는 편집자가 제목의 공정성을 가장 중시하는 것으로 나타났다. 또 같은 직급이라도 연령이 많을수록 제목에 회사의 경영관이나 편집방침을 반영할 확률이 높은 것으로 분석됐다.

이번 연구를 통해 사회 안정과 사회 개혁, 가치 개입과 가치 중립, 정부정책 협조와 반대 등의 요인들이 편집자들의 역할지향성에 공존하고 있음을 확인하였고 정부정책의 협조와 사회 안정은 정도의 차이는 있으나 모든 편집자가 중요한 역할이라고 인식하고 있었으며 제목결정의 공정성 요인은 편집자의 역할지향성 모든 항목에서 함께 나타나 신문 제목에 있어서 공정성은 어느 성향의 편집자이든 배제할 수 없는 제일의 덕목임을 알 수 있었다.

일반적이라고 단정하기는 어렵지만 이번 설문에 참여한 많은 편집자는 독자와 동료들의 평가와 사회적 규범을 중시하고 사실을 전달하는 중립적 가치를 우선하며 자신의 능력 발휘와 국가와 사회에 필요한 가치를 형성하기 위한 노력을 편집자의 보편적인 가치로 인식하고 있음을 파악할 수 있었다.

이번 연구는 중앙언론사 편집기자들을 대상으로 최초로 시도된 제목결정 요인 연구라는데 큰 의미가 있지만 몇 가지 연구의 한계를 가지고 있다.

먼저 신문제작에 참여하는 여러 부서 기자들의 인식과 가치관이 반영되지 않았다는 것이다. 제목이 편집자와 편집부 데스크, 편집국장으로 이어지는 일련의 체제에서 결정된다고는 하나 취재부서 기자들과 취재 데스크의 영향도 적지 않은 실정이나 선별적이거나 취재부서의 의견을 조사해 반영할 수 있는 부분의 연구도 함께 했으면 하는 아쉬움이 있다.

또 보수성향과 진보성향이 뚜렷이 구분되고 있는 국내 신문업계의 상황을 감안해 볼 때 언론사별 분석도 뒤따랐으면 하는 아쉬움도 있다. 물론 각 언론사별로 설문 응답 인원이 편차를 보이고 있고 각 언론사의 조사 대상 기자수가 적어 이들의 인식과 가치관이 각 언론사를 대표한다고 단정하기는 부족함이 있지만 설문 응답을 언론사별로 보다 세밀히 분류했다면 각 언론사의 입장과 노선을 파악하는데 도움이 되었을 것이다.

특히 본 연구는 설문조사를 통해 편집기자들의 인식

과 가치관을 조사한 것이나 실제적으로 신문에 반영된 제목의 결과는 분석하지 않은, 인지과 신념이 그대로 태도로 반영되는지의 여부를 파악하지 않는 한계가 있다. 물론 설문 결과 편집자의 신념과 태도를 함께 반영할 수 있으나 생각하는 것과 이해하는 것과의 차이가 존재할 수 있고 신문 지면에 표출된 제목을 통해 인식과 가치관이 실제적으로 어떻게 반영되는지 까지 파악했다면 편집자들의 인식세계를 살펴볼 수 있는 더 좋은 계기가 되었을 것이다.

나아가 일정한 주기를 두고 편집자의 의식과 가치관, 제목결정 요인을 꾸준히 분석한다면 시대 변화에 따른 인식 변화를 살펴볼 수 있는 중요한 작업이 될 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 강명구 (1993). 『한국 언론전문직의 사회학』. 서울: 나남.
- [2] 김관규 (2009). 인쇄신문과 인터넷신문의 제목비교 연구. 언론학회 정기학술대회 발표문
- [3] 김신남·정현욱 (2007). 지역일간지 기자의 역할지향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 51권 4호.
- [4] 오진환 역 (2002). 『매스 커뮤니케이션 이론』. 서울: 나남출판
- [5] 오택섭·정영달외 (1990). 『신문경영 지면개혁 조사 연구, 90년대 신문경영: 지면 혁신』. 언론연구원 연구서 6.
- [6] 유일상 (2001). 『언론정보윤리론』. 서울: 도서출판 아침
- [7] 윤혜정 (1995). 『헤드라인의 표현상의 차이가 독자의 기사인지에 미치는 영향 연구』. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- [8] 이배영·임준수·맹태균·한경석·강상대 (2001). 『멋진 편집 좋은 신문』. 서울: 한울아카데미.
- [9] 임태섭 (1994). 보도문장과 언론. 『신문과 방송』 280호.
- [10] 정여훈 (2005). 『신문제목의 유형 및 그 실현 양상에 관한 연구』. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- [11] 정태섭 (1995). 제목소비자의 증가와 신문제목의 이해도. 『한국언론학보』, 제33호.
- [12] 차배근 (1980). 기자의 전문화 교육. 『신문과 방송』, 115호.
- [13] 한국언론재단 (1998, 2002, 2004, 2008, 2010). 『언론수용자 의식조사』. 서울: 한국언론재단
- [14] 한국편집기자협회 (2006). 『신문 세계를 편집하라』. 서울: 한국편집기자협회.
- [15] 황영철 (1995). 『한국 신문기자들의 역할지향성과 보도성향에 관한 연구』. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- [16] 彭朝丞 (1996). 『新聞標題學』, 北京: 人民日報 出版部
- [17] Brooks, B. S. & J. Z Sossors (2001). *The of Editing*(7th edition). Allyn and Bacon
- [18] Copperud, R. H. & R. P. Nelson (1983). *Editing the News*. Dubuque: Wm. C. Brown
- [19] Earl English (1944). A Study of the Readability of Four Newspaper Headline Types, *Journalism Quarterly*, Vol. 21.
- [20] Etzioni, A. (1969). *The Semi-Professions and Their Organization*. New York: Free Press.
- [21] Floyd K. Baskette, Jack Z. Sissor & Brian S. Brooks, (1986). *The of Editing*, New York: Macmillan.
- [22] Floyd H. Allport, Millton Lepkin (1943). "Building War Morale With News-Headlines," *Public Opinion*.
- [23] Galtung, J. & M. Ruge (1965) The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research* 1. Also in J. Tunstall (ed), *Media Sociology*
- [24] Gandy, O. H. (1982). *Beyond Agenda setting : Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ: Ablex.
- [25] Garst, R. E. & T. M. Bernstein (1961). *Headlines and Deadlines: A Manual for Copyeditors*. New York: Columbia University Press.
- [26] Hall, S. (1973) 'The Determination of News Photographs', in S. Cohen and I. Young, *The Manufacture of News*, London: Hutchinson
- [27] Herman, Edward, & Chomsky, Noam. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- [28] Janowitz, M. (1975), *Professional models in Journalism: Gatekeeper and the advocate*, *Journalism Quarterly*, Vol. 52.
- [29] John Russial, (2004) *Strategic Copy Editing*, New

York: The Guilford Press.

- [30] Johnstone et al. (1976). *The news people: A sociology Portrait of America Journalists and Their Role*.
- [31] Lambeth, E. B. (1986), *Committed Journal: An ethic For the profession*, Bloomington: Indiana business
- [32] McLeod, J. M. & S. E. Hawley (1964). Professionalism among Newsmen. *Journalism Quarterly*, Vol. 41.
- [33] McQuail, D. (1987). *MasCommunication-An Introduction*. London: Sage.
- [34] Pollad, G. (1995). Job Satisfaction among Newswriters: the Influence of Professionalism, Perceptions of Organizational Structure, and Social Attributes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 54(3).
- [35] Shoemaker, P. J. & S. D. Reese (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- [36] Stephens, M. (1980). *Broadcast News*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- [37] Soloski, J.(1989), News reporting and professionalism: Some constraints on the reporting of the news. 『*Media Culture & Society*』, Vol, 11.
- [38] Tunstall, J. (1971). *Journalist at Work*. London: Sage.
- [39] Turner, J. H. (1974). *The Structure of Sociological Theory*. (II: The Dorsey Press).
- [40] Vollmer, H. & D. L. Mills (1966). *Professionalization*. NJ: Proentice-Hall.
- [41] Weaver, D. H., & G. C. Whilhoit (1986). *American Journalist*. Bloomington: University of Illinois Press.

강 현 직



- 1982년 2월 : 건국대학교(상학사)
- 2002년 8월 : 동국대학교 언론정보대학원(언론학 석사)
- 2012년 2월 : 건국대학교 대학원 신문방송학과(언론학 박사)
- 1986년 6월 : 서울신문 기자
- 1992년 9월 : 문화일보 기자, 편집부장
- 2001년 10월 : 경기개발연구원 초빙수석연구위원
- 2006년 4월 : 아시아경제신문 편집국장, 논설실장
- 2010년 8월 ~ 현재 : 헌법재판소 소장비서관
- 관심분야 : 저널리즘, 매스커뮤니케이션, 언론법
- E-mail : jgkh@hanmail.net