



소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 저널리즘의 뉴스 양식 및 품질 연구 인스타그램에서의 <인사이트>와 <위키투리>를 중심으로

박채림 고려대학교 미디어학과 박사수료

윤영민 고려대학교 미디어학부 교수

An Investigation of Format and Quality of Curating Journalism Disseminated on Social Media

Focusing on <Insight> and <Wikitree> on Instagram

Chaerim Park*

(Ph.D. Candidate, School of Media and Communication, Korea University)

Youngmin Yoon**

(Professor, School of Media and Communication, Korea University)

The practice of curating journalism, encompassing the selection, processing, and organization of material into novel formats, has gained prominence alongside the increasing impact of social media. The curating news disseminated on social media was anticipated to address the shortcomings of oversimplified, unbiased reporting and biased journalism in traditional media by offering a more comprehensive and impartial news experience. This would be achieved by ongoing strategic planning and restructuring of news content sourced from various media platforms. Nevertheless, this phenomenon frequently disregards copyright laws as it centers on the act of replicating news articles from established media sources. Furthermore, younger users perceive these replicated articles as both valuable and reliable. They are also unable to distinguish the difference between curating news and traditional news, criticize the overall mainstream media and reporting practices based on the quality of curating news, and even distrust the news produced by traditional news media. Consequently, the significance of curating news is confronted with a socially obscure actuality, thereby necessitating an evaluation of its present state, identification of its challenges and constraints, and the formulation of potential avenues and alternative remedies. Hence, this research investigates the attributes associated with the curating news on social media platforms, specifically focusing on the aspects of content and formality. Additionally, it undertakes an assessment of the quality of curating news by evaluating its fairness and depth. To this end, a content analysis was conducted on the news posts from <Insight>

* chrry345@korea.ac.kr, first author

** ymyoon@korea.ac.kr, corresponding author

and <Wikitree> on Instagram. The findings were as follows. In terms of content, curating news prioritized timeliness, proximity, and interest as news values with a primary focus on culture-related topics such as broadcasting, entertainment, and sports, with a strong tendency toward soft news. In terms of formality, the news reports predominantly employed inverted pyramid structures and straight news. Notably, most of the news was based on publicly disclosed information. In terms of fairness, curating news typically cited an average of 1.22 sources, with other media reports being the most commonly referenced source types. Moreover, over half of the curating news had a single viewpoint, and the Herfindahl-Hirschman index showed a concentration of coverage on specific topics. In terms of depth, curating news mainly offered an analysis of the process and result of events but often lacked the provision of cause and prospect on the issues, leading event-centered news to prevail. Furthermore, despite the higher prevalence of transparent sources compared to anonymous sources, the news articles seldom included justifications or rationales for the utilization of anonymous sources. Therefore, the aforementioned findings indicate that the practice of selectively curating news content on social media platforms and the utilization of attention-grabbing news stories to engage users may result in a detrimental loop that undermines the value of journalism. If curating news is carried out by thoughtless duplication, it will ultimately result in 'predatory news' practices. To enhance its standing in the field of journalism, it is important to explore resolutions at a more intricate level encompassing production, dissemination, and consumption.

Keywords: Curating News, Social Media, Content Analysis, News Format, News Quality

국문초록

정보를 선택하고 가공하여 새로운 형태로 구성하는 큐레이팅 저널리즘(Curating Journalism)은 소셜 미디어의 영향력이 커지면서 탄생한 저널리즘이다. 소셜 미디어에서 유통되는 큐레이팅 뉴스는 다른 언론사의 뉴스에 일정한 기획과 재구성을 통해 보다 매력적이고 균형적인 뉴스를 제공함으로써 기존 저널리즘이 갖고 있는 단순 객관 보도와 편협한 정보 보도의 문제점을 보완할 수 있을 것으로 기대되었다. 하지만 큐레이팅 뉴스가 기존 주류 언론의 뉴스를 베껴 쓰는 관행과 저작권 문제로 언론의 비판을 받고 있으나, 젊은 층 이용자들은 오히려 가치 있고 믿을 수 있는 뉴스를 충분히 소비하고 있다고 여기는 상황이다. 동시에 큐레이팅 뉴스와 기성 언론의 차이를 구분하지 못하고 큐레이팅 뉴스의 품질을 기준으로 전반적인 주류 언론의 취재와 보도 관행에 대해 비판하며, 나아가 전통 뉴스 미디어가 생산하는 뉴스를 불신하고 외면하고 있는 것도 현실이다. 결국 큐레이팅 뉴스의 가치가 사회적으로 불투명한 현실 앞에 놓여 있음을 보여주는 상황에서, 큐레이팅 뉴스의 현주소를 진단하고 문제점과 한계를 검토하여 개선 방향과 대안책을 제안해야 할 필요성이 제기된다. 이에 본 연구는 소셜 미디어에서 유통되는 큐레이팅 뉴스가 내용적, 형식적 차원에서 어떤 특성을 갖고 있는지 살펴보고, 나아가 공정성과 심층성을 기준으로 큐레이팅 뉴스의 품질 수준을 확인했다. 이를 위해 인스타그램에 <인사이트>와 <위키티리>가 게시한 뉴스들을 대상으로 내용분석을 진행했다. 분석 결과, 내용적 측면에서 큐레이팅 뉴스는 시의성, 근접성, 흥미성의 뉴스 가치를 중시

으로 방송과 연예, 스포츠와 같은 문화 관련 주제를 주로 보도하며, 연성화 경향이 강했다. 형식적 측면에서는 역피라미드 구조와 스트레이트 유형의 뉴스가 가장 많이 보도되었고, 대부분 이미 공개되어 있는 정보를 중심으로 뉴스가 작성되었다. 공정성 측면에서 큐레이팅 뉴스의 전체 취재원 수는 평균적으로 1.22개였고, 취재원 유형으로는 타 언론사 보도 및 방송사 자료가 가장 많았다. 큐레이팅 뉴스의 절반 이상은 완전히 단일 관점에 해당되었으며, 허핀달-허쉬만 지수 측정을 통해 특정 보도의 주제에 편중되어 있음을 확인할 수 있었다. 심층성 측면에서 큐레이팅 뉴스의 분석력은 과정과 결과만을 포함한 채 사안의 원인이나 전망을 제시하지 않았고, 뉴스의 깊이 역시 사건 중심의 과정과 결과만을 보도하는 이벤트 중심의 뉴스가 대부분을 차지했다. 또한 익명 취재원보다 투명 취재원이 많이 활용됐지만, 익명 취재원을 사용했을 경우 해당 취재원에 대한 설명이 뉴스에 제공되는 경우가 적었다. 이러한 연구 결과를 종합했을 때, 소셜 미디어상의 큐레이팅 뉴스가 연성화되고 흥미 위주의 보도로 이용자들을 자극해 클릭을 유도하는 것은 더 큰 자극이라는 악순환 고리로 이어지게 만들어 저널리즘의 가치를 하락시킬 수 있다. 이 과정에서 무분별한 복제를 통해 큐레이팅 뉴스의 생산이 이루어진다면, 결국 국내 언론 환경 전반에 '약탈적 뉴스'라는 퇴행을 불러올 것이다. 큐레이팅 저널리즘의 발전과 위상을 정립하기 위해서는 생산 구조, 유통 구조, 소비 구조라는 보다 복합적인 단계에서 해결책을 모색할 필요가 있다.

핵심어 : 큐레이팅 뉴스, 소셜 미디어, 내용분석, 뉴스 양식, 뉴스 품질

1. 서론

새로운 형태의 미디어 플랫폼들이 생겨나면서 뉴스의 생산, 유통 및 소비 지형이 변화하고 있다. 특히 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS)를 기반으로 한 소셜 미디어의 등장은 저널리즘 생태계에 지각 변동을 초래했다. 한국언론진흥재단과 로이터 저널리즘연구소(Reuters Institute for the Study of Journalism)가 발표한 〈디지털 뉴스 리포트 2021 한국〉(오세욱·박아란·최진호, 2021)에 따르면, 지난 6년(2016~2021)간의 데이터가 보여준 큰 변화 중 하나는 페이스북, 인스타그램 등과 같은 소셜 미디어가 사람들이 뉴스를 얻는 주요 경로로 성장했다는 점이다. 소셜 미디어가 이용자 개인 간의 소통 채널을 넘어 뉴스 유통과 이용에도 의미 있는 역할을 담당하게 된 것이다.

소셜 미디어에서의 뉴스 이용은 모바일 기기를 통한 이동성과 빠른 속도로 정보 소비를 선호하는 젊은 층에서 두드러지는 현상 중 하나이다(설진아, 2018). 2022 언론수용자 조사(한국언론진흥재단, 2022) 결과에 의하면, 소셜 미디어를 통해 뉴스를 소비하는 비율이 20대와 30대의 경우 각각 15.9%와 13.4%, 40대와 50대는 각각 8%와 4.8%를 차지했다. 이와 더불어 소셜 미디어에 대한 신뢰도는 20대(2.98점), 30대(2.92점), 40대(2.88점), 50대(2.81점) 순으로 높게 나타났다. 종합적으로 이러한 수치는 연령대가 낮을수록 소셜 미디어 플랫폼을 뉴스 소비의 창구로써 접근하는 경향이 더 높다는 점을 보여주는 동시에, 이를 신뢰하는 언론으로 인식할 가능성 역시 크다는 것을 시사한다.

이처럼 뉴스 이용에 있어 소셜 미디어의 영향력이 커지면서 전통 저널리즘과 대비되는 새로운 저널리즘의 개념이 강조되고 있는 가운데(박주현, 2017), 큐레이팅 저널리즘(Curating Journalism)이라는 용어가 등장했다. 일반적으로 큐레이팅은 박물관이나 미술관에서 유물의 보존 관리, 자료 전시, 홍보 활동 등을 일컫는데, 이러한 큐레이팅이라는 개념이 저널리즘 영역에 도입된 것이다. 큐레이팅 저널리즘이란 간단히 말해 정보를 선택, 가공하여 새로운 형태로 구성하는 것을 의미하는데, 대표적인 큐레이팅 뉴스 서비스로 미국에는 〈허프포스트(HuffPost)〉, 〈버즈피드(BuzzFeed)〉¹⁾ 등이 있고, 국내에는 〈허프포스트코리아〉, 〈인사이트〉, 〈위키트리〉 등이 있다.

큐레이팅 뉴스는 다른 언론사의 뉴스에 일정한 기획과 재구성을 통해 보다 맥락적이고 균형적인 뉴스를 제공함으로써 기존 저널리즘이 갖고 있는 단순 객관보도와 편협한 정파보도의 문

1) 버즈피드는 수익성 악화로 인해 2023년 4월에 뉴스 서비스를 중단했다(조선비즈, 2023).

제점을 보완할 수 있을 것으로 기대됐다(김동운, 2017, 2019). 하지만 이러한 낙관적 전망에는 큐레이팅 뉴스가 기존 주류 언론의 뉴스를 베껴 쓰는 관행에 치중해 저작권을 무시한다는 점에서 문제가 따른다(김환표, 2016; 이광석, 2015; 조운호, 2014). 심지어 젊은 층 이용자들은 원작자의 허락 없이 짜깁기하거나 복제한 콘텐츠들로 인해 ‘소매치기’, ‘도둑질’이라는 언론의 질타까지 받는 큐레이팅 뉴스를 이용하면서도, 가치 있고 믿을 수 있는 뉴스를 충분히 소비하고 있다고 여기고 있는 듯하다. 동시에 큐레이팅 뉴스와 기성 언론의 차이를 구분하지 못하고 큐레이팅 뉴스의 품질을 기준으로 전반적인 주류 언론의 취재와 보도 관행에 대해 비판하며, 나아가 전통 뉴스 미디어가 생산하는 뉴스를 불신하고 외면하고 있는 것도 현실이다. 이러한 현상은 언론으로부터 자유롭게 다양한 정보를 제공받고, 그로부터 합리적이고 객관적인 판단을 내리는 ‘식견 있는 시민’(informed citizen) 양성이라는 민주주의 작동의 필수조건을 실현하는 데에 큰 걸림돌로 작동할 수 있다.

결국 언론으로서 큐레이팅 뉴스의 가치가 저널리즘의 영역을 넘어 사회적으로 불투명한 현실 앞에 놓여 있음을 보여주는 상황에서, 큐레이팅 뉴스의 현주소를 진단하고 문제점과 한계를 검토하여 개선 방향과 대안책을 제안해야 할 필요성이 제기된다. 이에 본 연구는 큐레이팅 뉴스의 보도 특성은 어떠한지, 어떤 수준의 품질을 담고 있는지 확인해 보고자 한다. 특히 디지털 미디어 환경에서 젊은 층이 뉴스 소비 활동의 주체이며 후속 세대의 뉴스 이용 행태를 예측하는 세대(설진아, 2018; 이정훈·이두황, 2013)라는 점을 고려할 때, 큐레이팅 뉴스의 특성과 품질을 규명하는 것은 큐레이팅 저널리즘 전반에 대한 진단과 함께 문제 해결을 위한 개선 방안을 모색하여, 앞으로의 젊은 세대를 식견을 갖춘 시민으로 만들어 내는 데에 기여할 수 있다는 점에서 중요한 의미를 갖는다.

하지만 현재 대부분의 큐레이팅 저널리즘에 대한 국내 선행 연구들은 이용자 측면에 초점을 두어 큐레이팅 뉴스의 이용 행위 및 효과에 관해 논의하는 데에 중점을 두고 있다(김동운, 2017, 2019; 김동운·김연식·이현주, 2018; 김동운·정아름, 2016, 2017; 김영주·정재민, 2014). 물론 일부 내용분석을 통해 소셜 미디어에서 생산되고 유통되고 있는 소셜 뉴스의 양식을 분석한 연구(설진아, 2013; 이현숙, 2017)를 찾아볼 수는 있다. 그러나 이들 연구들은 내용적 측면에만 초점을 맞추어, 그 내용을 담고 있는 형식적 측면까지 이해하는 데에는 한계를 지니고 있다. 본 연구는 이러한 공백을 매우기 위한 시도로서, 전반적인 큐레이팅 뉴스의 보도 특성을 분석해 언론으로서의 제 기능과 역할을 점검해 보고자 한다. 일반적으로 뉴스 가치, 뉴스 주제, 뉴스 구조, 뉴스 유형, 정보 형태는 뉴스 구성에서 갖추어야 할 가장 중요한 속성들로(이완수·배재영·임보수, 2015), 저널리즘으로서 언론 보도의 가치를 가늠하기 위해서는 이들 요소를 심도 있게 살펴보는

것이 중요하다. 같은 내용이라도 뉴스 구성 요소를 상호적으로 어떻게 배치하고, 조합하는가에 따라 독자에게 전달되는 효과가 달라지기 때문이다. 이러한 맥락에서 본 연구는 뉴스의 내용과 형식을 구성하는 요소들이 큐레이팅 저널리즘에서 어떻게 나타나는지 분석해 볼 것이다.

이와 더불어 본 연구는 큐레이팅 저널리즘을 언론 보도의 품질이라는 맥락에서 접근하기 위해 큐레이팅 뉴스가 기본적으로 갖춰야 할 기준 즉, 공정성과 심층성을 얼마나 구현하고 있는지 규명해 볼 것이다. 큐레이팅 뉴스가 저널리즘적 가치를 갖추기 위해서는 일정 수준 이상의 품질을 지녀야 하는데, 이전 연구들에서는 이에 대한 논의가 활발하게 진행되지 못했다. 물론 큐레이팅 뉴스가 태생적으로 저널리즘의 규범적 원칙을 따를 의지와 능력이 제한적일 수 있다. 하지만 큐레이팅 뉴스 업계 차원의 보도 원칙과 기준도 없이 기존의 뉴스를 무단으로 복제한 채 소셜 미디어상에서 활발하게 생산, 유통 그리고 소비되고 있는 것이 문제의 본질이다. 나아가 변화된 미디어 환경에서 촉발된 새로운 형태와 내용의 저널리즘을 전통 저널리즘의 틀로 이해하는 것이 타당한지에 대해서는 이견이 있을 수 있다. 하지만 변화 속에서도 저널리즘의 기본 원칙은 무엇보다 중요하고(Kovach & Rosentiel, 2014), 뉴스의 질적 측면을 평가하는 데에 활용되는 품질 요인이 변화하고 있다는 징후를 발견하기는 어렵다(장병화·남상현, 2012). 특히 공정성과 심층성과 같은 원칙이 저널리즘 존재 자체에 있어 필요조건이라는 것은 보편적으로 변하지 않는 사실이다(김동윤 외, 2018). 뉴스 큐레이터의 역할이 전통 저널리즘에서의 기자의 역할과 밀접하게 관련되어 있다는 점을 고려했을 때(김균수, 2013), 큐레이팅 뉴스라는 새로운 유형과 성격의 저널리즘을 평가하는 데에 있어 전통 저널리즘이 강조하는 뉴스의 기본 원칙을 활용하는 것은 타당할 것이다.

정리하면 본 연구는 내용분석을 통해 큐레이팅 뉴스가 내용적, 형식적 차원에서 어떤 특성을 갖고 있는지 살펴보고, 나아가 공정성과 심층성을 기준으로 큐레이팅 뉴스의 품질 수준을 확인해 볼 것이다. 연구 결과를 통해 큐레이팅 저널리즘의 현황과 과제를 알아보고, 나아가야 할 방향성을 논의할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

1) 소셜 미디어에서 유통되는 큐레이팅 저널리즘

큐레이팅 저널리즘은 큐레이팅(Curating)과 저널리즘(Journalism)이 합쳐진 개념이다. 본래 큐레이팅은 박물관이나 미술관에서 쓰이는 용어로, 어떤 목적하에 기존의 창작물들을 연구, 수집 및

분류해 2차적으로 새로운 가치를 창출하는 것을 의미한다(오창섭, 2015). 이러한 큐레이팅이라는 용어가 저널리즘 분야에 사용되어 홍수처럼 쏟아져 나오는 정보를 수집해 '가치'를 더해주는 서비스를 제공한다는 점에서, 큐레이팅 저널리즘은 "다른 매체에서 보도한 뉴스를 모으고(aggregate), 고른(curate) 뒤 재편집해 게재"하는 것으로 정의될 수 있다(김환표, 2016, 93쪽).

2005년에 출범한 미국의 <허프포스트>는 이러한 큐레이팅 뉴스의 시초라 할 수 있으며, 당시 많은 프리랜서 기자들은 해당 웹사이트에 다른 매체의 보도를 요약, 종합하거나 재게시하며 큐레이팅 저널리즘의 토대를 마련해 나갔다(Isaac, 2019). 뒤이어 2006년도에는 <버즈피드>가 등장하며 큐레이팅 뉴스 서비스가 소셜 미디어 기반으로까지 확대되었다.

국내에서도 이들로부터 영향을 받아 큐레이팅 뉴스 서비스들이 많이 생겨났는데, 대표적으로는 지난 2014년, <한겨레>와 미국의 <허프포스트>가 합작해 <허프포스트코리아>가 공식 출범했다. 해당 매체는 단순히 이용자들이 자사의 홈페이지에서 뉴스를 읽도록 제공하는 것에 그치지 않고, 소셜 미디어를 매개로 뉴스 콘텐츠를 생산하고 유통했다(한군태 외, 2021). 곧이어 <인사이트>와 <위키트리> 등도 소셜 미디어를 중심으로 큐레이팅 뉴스 서비스를 제공하기 시작했다.

몇몇 학자들은 우리나라 맥락에서 큐레이팅 저널리즘이 긍정적인 역할을 할 수 있다고 기대를 보인 바 있다(김동윤, 2017, 2019; 김동윤 정아름, 2016, 2017). 이들은 큐레이팅 뉴스가 기존의 뉴스에 큐레이팅이라는 2차적 가공 과정을 통해 어떤 하나의 쟁점에 대한 단편적인 뉴스에 머무르는 것이 아니라 다양하고 깊이 있는 정보로 이루어진 저널리즘으로 재구성할 수 있다고 바라봤다. 즉, 큐레이터가 기존 언론사의 뉴스들을 선별해 새로운 뉴스로 재가공하는 것은 하나의 쟁점이나 이슈에 대해 다른 언론사의 뉴스에 기획과 재구성을 한다는 것이다. 이에 따라 큐레이팅 뉴스가 사안의 전체가 아닌 부분만을 보도하는 사실(fact) 중심의 객관주의 보도와 진영의 논리에 기반한 정파적 보도 관행 등 기존 저널리즘의 한계와 문제점을 극복해 줄 수 있을 것이라 주장했다. 다시 말해, 큐레이팅 저널리즘은 양쪽 진영의 입장을 균형적으로 다룸으로써 이슈의 맥락, 양측의 관점과 입장을 포괄하는 하나의 스토리를 형성해 나갈 수 있는데(김동윤 정아름, 2017), 이러한 보도 방식은 국내 언론의 현실인 객관보도와 정파보도(김영욱, 2011)라는 오랜 퇴행적 보도 관행을 깨고 새로운 대안적 저널리즘으로서 역할을 수행할 수 있다는 것이다. 이에 일부에서는 큐레이팅 뉴스의 기존 저널리즘에 대한 대체적 특성을 상대적으로 강조하며, '기존 레거시 저널리즘의 한계와 문제점에 대한 대안적 채널'(김동윤, 2019, 49쪽)로 바라봤다.

이러한 시각을 토대로 한 경험적 연구들은 큐레이팅 뉴스의 저널리즘적 가치와 의미를 실증적으로 규명하고자 했다. 예를 들면, 김동윤(2019)은 큐레이팅 뉴스 이용 경험이 있는 응답자를 대상으로 한 설문조사를 통해 큐레이팅 뉴스를 읽고 쓰는 방식에 따른 커뮤니케이션 효과를

정치적 속의 차원에서 살펴봤다. 분석 결과, 큐레이팅 뉴스를 숙독하는 행위가 공적인 쟁점이나 이슈에 대한 의전화와 자기 확신, 의견 표현과 이익 표명이라는 개인성의 전 과정을 아우르는 효과를 가지는 것으로 나타났다. 다시 말해, 큐레이팅 뉴스 이용이 개인성을 구성하는 인지, 태도, 행동, 정치참여의 모든 차원에 큰 영향력을 미친다는 것이다. 그리고 큐레이팅 뉴스 수용을 통해 획득된 개인성은 이용자의 정치효능감에 긍정적인 효과를 자극시키는 기제로 작용했다. 이러한 연구 결과는 큐레이팅 뉴스가 저널리즘적 가치와 의미를 지니며, 새로운 뉴스 플랫폼으로서 가능성을 가진다는 긍정적인 근거를 제시하고 있다.

하지만 큐레이팅 저널리즘은 다른 언론사의 뉴스를 단순히 인용하는 것을 넘어, 보도의 원칙과 기준에 대한 어떠한 합의도 없이 그대로 가져다 2차 가공을 거친다는 측면에서 타사의 보도를 베껴 쓰는 행위, 일명 '디지털 소매치기(digital pick-pocket)'라고 불리기도 한다(김환표, 2016). 같은 맥락에서 큐레이팅 저널리즘은 자체적으로 뉴스를 생산하기보다는 이미 생산된 뉴스 콘텐츠를 큐레이터가 재구성하는 경우가 더 많기 때문에 언론으로서의 전문성 부족과 책임성 결여(김동운, 2019)라는 비판을 받는다. 이는 곧 큐레이팅 뉴스가 과연 저널리즘으로서의 본연의 역할과 기능을 제대로 수행할 수 있는가에 대한 본질적인 질문을 던지게 하며, 나아가 큐레이팅 저널리즘 생산자 스스로의 보도 관행과 윤리 문제에 대한 성찰이 필요하다는 점을 시사한다.

설진아(2013)와 이현숙(2017) 역시 트위터와 페이스북을 통해 유통되는 국내 뉴스 서비스인 <위키투리> 분석을 통해 소셜 미디어 뉴스에서 저널리즘 고유의 기능이 손실될 수 있다는 점을 지적했다. 소셜 미디어 뉴스의 생산 과정에서 기존 언론의 게이트키퍼 과정이 축소되어 뉴스가 갖춰야 할 기본 요건을 충족하지 못함으로써 전통적으로 강조되어 온 언론의 객관성, 전문성, 신뢰성, 심층성 등을 담보하지 못한다는 것이다. 이와 같은 역기능적 특성들은 기성 저널리즘의 대체재로서 생겨난 큐레이팅 저널리즘이 이상적인 저널리즘으로 자리매김하는 데에 제약으로 작용할 수 있다.

소셜 미디어에서 유통되는 큐레이팅 뉴스가 갖는 이러한 부정적 측면은 플랫폼을 통해 콘텐츠가 생산되고 유통되는 방식과도 연관된다. 큐레이팅 뉴스는 이미 타 언론사 및 방송사에 보도됐거나 온라인에 전파되고 있는 정보를 재가공해 새로운 의미를 부여한다는 점에서 카드 뉴스로 간주되기도 하는데(배정근, 2018), 대표적으로 카드 뉴스 포맷을 보이는 큐레이팅 뉴스는 인스타그램(Instagram)에서 유통되고 있다. 인스타그램 플랫폼의 특성상 카드 뉴스 형태의 이미지가 메시지 전달에 효과적이기 때문이다(김새난슬·김동환, 2020). 이러한 카드 뉴스의 제작은 개별 언론사마다 다르겠지만, 일부 언론사에서는 뉴스의 제작 시간과 인력 부족 등 현실적인 여력 문제로, 카드 뉴스의 생산과 유통 시스템에 대한 투자가 제한적이기 때문에 양질의 콘텐츠를

만드는 데에 어려움이 있는 것으로 드러났다(김새난슬·김동환, 2020). 큐레이팅 뉴스의 생산 관행과 과정에 대해 직접적으로 살펴본 선행 연구는 없지만, 큐레이팅 뉴스의 제작이 타사의 뉴스나 온라인 누리꾼들이 제공하는 정보를 베끼거나 편집하는 정도에 그친다는 비판 역시 이러한 현실적 문제에서 비롯된 것으로 예상해 볼 수 있다. 이를 해결하는 근본적인 대책 중 하나는 현상을 실증적으로 분석하고, 발전을 도모할 방안을 제시하는 것이다. 이에 본 연구는 인스타그램에서 유통되고 있는 큐레이팅 뉴스의 내용적, 형식적 특성 및 품질을 검토하고, 그 결과를 토대로 개선 방향을 제안하고자 한다.

2) 뉴스의 내용적 특성

뉴스의 내용적 특성은 뉴스 내용의 의미나 맥락을 파악하고 해석하는 영역과 관련되어 있다(이완수 외, 2015). 단순히 말해 '무엇을 보도하는가'에 관한 것으로, 이를 알아보는 것은 정보의 깊이와 질적 수준 등을 확인할 수 있기 때문에 중요하다. 그동안 선행 연구들은 언론 보도의 내용적 특성을 나타내는 요소들로 뉴스 가치, 뉴스 주제, 뉴스 성격 등 세 가지 구성 요소를 주로 활용해 왔다(이완수 외, 2015; 정수영·남상현, 2012).

이러한 요소들을 분석하는 것은 이슈의 선택과 배제에 따른 뉴스의 정당성을 평가하는 데에 유용할 수 있다. 뉴스는 현실을 있는 그대로 보여주는 것이 아니라 특정 사건이나 사안의 여러 가지 속성들에 대한 선택과 배제를 통해 구성된 현실(constructed reality)이라는 점을 전제하고 있다(고영신, 2007). 뉴스의 선택과 배제를 결정하는 게이트키퍼(gatekeeping) 과정은 뉴스의 정당성 확보 차원에서 중요하며(심미선·강혜란, 2013), 그 과정에 영향을 미치는 요인들은 뉴스 가치를 비롯해 뉴스 주제와 뉴스 성격 등이 포함된다.

먼저, 뉴스 가치는 기자와 언론 조직이 다양한 사회적 현상 중 어떤 것을 선택해서 전달하는가를 결정하는 중요한 기준을 의미한다(손승혜·황하성·장윤재, 2011). 뉴스 가치와 관련해 가장 자주 인용되는 슈메이커, 데니얼리언, 그리고 브렌들링거(Shoemaker, Danielian, & Brendlinger, 1991)의 연구는 시의성, 갈등성, 인간적 흥미성, 관련성, 영향성, 선정성 등을 전통적 뉴스에서 지속적으로 발견되는 뉴스 가치들로 제시했다. 국내에서는 이창현과 손승혜(1999)가 시의성, 저명성, 갈등성, 영향성, 인간적 흥미, 부정성, 신기성, 유용성, 영상적 볼거리로 뉴스 가치를 유형화한 바 있다. 보다 최근에는 인터넷 기반 뉴스 매체들에서 뉴스의 선택과 보도 방식에 작용하고 있는 뉴스 가치에 관한 연구도 찾아볼 수 있다. 가령, 윤여광과 조인희(2017)의 연구는 신문과 방송뿐만 아니라 포털과 소셜 미디어 등 모든 미디어 플랫폼에 공통적으로 적용할 수 있는 뉴스 가치로 영향성, 갈등성, 진귀성, 저명성, 근접성, 시의성, 신기성, 부

정성, 흥미성을 추출했으며, 특히 신문과 방송에서는 영향성과 갈등성, 그리고 저명성과 부정성이, 포털과 소셜 미디어에서는 진귀성, 근접성, 시의성 및 흥미성이 중요한 뉴스 가치라는 점을 밝혔다.

설진아(2013)는 큐레이팅 뉴스 서비스 중 하나인 <위키�트리>에 나타난 뉴스 가치를 알아보기 위해 전통적 뉴스 가치에 해당하는 시의성, 저명성, 갈등성, 신기성, 흥미성과 함께 소셜 뉴스에서 나타날 만한 뉴스 가치인 선정성, 감성소구, 실용성을 활용해 분석했다. 분석 결과, <위키텍트리>에서는 전통적으로 중요한 뉴스 가치인 시의성과 저명성이 높은 비율로 관찰됐으며, 새로운 뉴스 가치로서 실용성도 높게 나타났다. 특히 후자와 관련해 연구자는 소셜 미디어에서 유통되는 뉴스들은 대개 일상생활에서 유용한 정보를 제공하는 실용성을 추구하기 때문이라고 주장했다. 이러한 점에서 실용성은 전통적인 뉴스보다 소셜 미디어 기반의 큐레이팅 뉴스에서 특히 많이 나타날 수 있는 뉴스 가치라는 점을 알 수 있다.

위와 같은 선행 연구 결과들을 미루어 볼 때, 새로운 미디어 환경에서 전통적 뉴스 가치의 중요성은 여전히 강조되고 있지만, 새로운 뉴스 가치 또한 중요하게 작용하고 있다는 점을 확인할 수 있다. 결국 변화하는 미디어 환경에 따라 뉴스 가치는 바뀔 가능성이 있으며(심재철, 2003), 새로운 뉴스 가치는 경쟁을 통해 전통적인 뉴스 가치를 대체할 수 있는 동시에 서로 보완하면서 공존하는 측면도 지닐 수 있을 것이다.

한편, 뉴스 주제는 정치·경제·국제·문화·사회·연예·스포츠 등 관심사를 다양하게 다루고 있는지에 대한 문제와 관련된다(이진영·박재영, 2010). 다양한 뉴스 주제가 보도되는 것은 여러 가지 의견과 이슈가 자유롭게 공유되는 건강한 사회를 만드는 데에 필수적이다(윤호영·길우영·이종혁, 2017).

정치, 경제, 북한, 대통령, 비리, 국제 등 20개의 뉴스 주제를 토대로 1986년 이후 20년간의 한국 신문 보도의 다양성을 분석한 이진영과 박재영(2010)의 연구에 따르면, 국내 주요 신문 1면에서는 정치 주제의 비중은 감소했지만 비리나 의료 주제의 비율은 증가했다. 정수영과 구지혜(2010)는 뉴스의 주제를 정치/행정, 경제/산업, 국제/해외, 교육/과학, 사회일반, 사건/사고, 문화/예술/스포츠, 생활정보/흥미, 기타로 분류하여, 국내 방송 3사에서 보도된 뉴스 주제의 다양성을 분석했다. 그 결과, 사건/사고, 법조/검찰/비리, 국제/해외를 주제로 한 뉴스의 비중이 높은 것으로 나타났다.

김위근(2013)은 종합 신문, 방송 뉴스, 인터넷 신문, 포털 뉴스의 주제를 총체적으로 살펴봤다. 그 결과, 신문에서는 사회, 정치, 국제, 스포츠·연예 주제 순으로 많이 보도되고 있었고, 방송은 사회, 정치, 국제 순으로, 인터넷 신문은 정치, 사회, 생활·문화 순이었다. 포털 뉴스에서

는 스포츠·연예 주제가 가장 큰 비중을 차지했고, 사회, 정치, 경제 주제가 그 뒤를 이었다. 이와 같이 종합 신문과 방송은 사회, 정치, 국제 관련 주제가 공통적으로 많은 반면, 인터넷 신문과 포털 뉴스에는 생활·문화, 스포츠·연예 뉴스 등의 주제들도 비중 있게 보도되는 것으로 확인됐다. 비슷한 맥락에서 소셜 미디어에서 유통되고 있는 〈위키투리〉의 뉴스 주제를 살펴본 설진아(2013)는 사건/사고/법률, 스포츠/연예/미담, 정치/외교, 문화/교육, 경제/산업의 순으로 주제의 비중이 크다는 점을 밝혔다.

뉴스의 내용적 특성을 나타내는 마지막 구성 요소인 뉴스 성격은 뉴스의 고유한 성질을 가리킨다. 뉴스 성격은 일반적으로 ‘경성 뉴스’(hard news)와 ‘연성 뉴스’(soft news)라는 분류틀에서 평가된다. 뉴스의 연성화라는 뜻에는 본래 뉴스는 ‘무거운 것’인데, 이것이 ‘가벼워지고 있다’는 의미와 ‘뉴스의 상품화’라는 두 가지 측면이 함축되어 있다(최영목, 1997). 이러한 의미에서 경성 뉴스는 “이성적이고 합리적인 공공 커뮤니케이션의 요소”인 반면, 연성 뉴스는 “소비주의적이고 오락적이며 개인화된 커뮤니케이션의 요소”로 특징지을 수 있다(정수영·남상현, 2012, 277쪽). 뉴스의 성격을 연구한 차안리(Charnley, 1966)는 뉴스의 중요도(importance)와 흥미도(interest)를 기준으로 경성 뉴스와 연성 뉴스를 구분했다. 그는 경성 뉴스로는 정치, 경제, 국제관계, 교육, 법률, 종교 등을, 연성 뉴스로는 범죄, 금전, 성, 폭력, 진기함, 서스펜스, 인정미담, 경쟁, 발견 등을 예로 들었다.

앞서 설명한 김위근(2013)과 설진아(2013)의 연구에서는 전통 뉴스에 비해 포털 뉴스나 소셜 미디어 뉴스가 가볍고 대중의 흥미를 끄는 주제를 비중 있게 다룬다는 점을 보여준 바 있다. 이러한 결과는 동아닷컴, 인터넷한겨레, 네이버, 다음의 인터넷 사이트와 스마트폰 앱 뉴스의 연성화를 분석한 이상록과 윤영민(2012)의 연구에서도 확인할 수 있다. 이들 연구는 네이버(Naver)와 다음(Daum)의 스마트폰 앱 뉴스가 이들 매체의 인터넷 뉴스보다 연성화 경향이 더 높다는 점을 밝혔으며, 나아가 네이버와 다음의 스마트폰 앱 뉴스는 동아일보와 한겨레의 스마트폰 앱 뉴스보다 연성화 정도가 더 높다는 사실을 확인했다. 이러한 결과에 대해 연구자들은 스마트폰에서도 뉴스의 객관성을 유지하기 위해 사회 현안 중심의 뉴스를 제공하려는 기존 언론 매체와 달리, 인터넷 포털은 스마트폰으로 연성화 경향이 짙은 흥미성 뉴스를 공급하고 있음을 지적했다. 이는 곧 디지털 시대에 인터넷 포털 뉴스의 성격이 점점 연성화되고 있음을 시사한다.

한진만과 설진아(2001) 역시 뉴스의 성격을 경성 뉴스와 연성 뉴스로 크게 구분하고, 특히 뉴스의 출처가 공적 영역이면서 정보의 중요성과 사회적 영향성을 분석적으로 담고 있는 뉴스를 경성 뉴스로, 뉴스의 출처가 사적 영역이면서 인간적 흥미를 주요 내용으로 담고 있는 내용은 연성 뉴스로 유형화했다. 이들은 차안리가 제시한 정치, 경제와 같은 경성 뉴스 주제를 가운데에서

도 갈등과 사적 투쟁, 흥미, 유행을 담고 있는 정치, 경제 뉴스는 연성 뉴스에 포함시켰다. 분석 결과, 국내 방송 3사 뉴스 가운데 절반가량이 연성 뉴스인 것으로 나타났으며, 특히 전형적으로 경성 뉴스로 분류되어 온 정치와 경제 뉴스에서도 갈등이나 흥미 등 연성 소재 위주의 보도 경향을 보이고 있었다. 이에 연구자들은 방송사가 경쟁에서 이용자를 확보해 시청률을 높이기 위한 차별화 전략으로, 가볍고 선정적인 연성화를 이용하고 있다고 해석했다.

한편, 설진아(2013)는 큐레이팅 뉴스인 <위키투리>를 분석한 연구에서 경성 뉴스와 연성 뉴스를 직접적으로 알아보지는 않았지만, 뉴스 주제 분석을 통해 이를 유추한 바 있다. 분석 결과, 다양한 뉴스 주제 중 범죄 및 사고 관련 뉴스나 스포츠와 연예 그리고 미담과 같이 흥미성을 담고 있는 가벼운 뉴스가 많다는 점을 고려해 큐레이팅 뉴스가 연성 뉴스를 많이 유통하고 있다고 판단했다.

정리하면 지금까지 선행 연구들은 뉴스를 선택하고 전달하는 기준인 ‘뉴스 가치’, 뉴스에서 다루고 있는 것이 무엇인가에 대한 ‘뉴스 주제’, 뉴스의 고유한 성질인 ‘뉴스 성격’을 중심으로 뉴스의 내용적 특성을 살펴봤다. 위에서 논의했듯이 이러한 뉴스의 내용적 특성을 종합적으로 고려하는 것은 뉴스의 의미와 맥락을 파악하고, 정보의 질과 깊이를 확인할 수 있다는 점에서 중요하다. 또한 뉴스의 선택과 배제 과정을 이해하고, 뉴스의 정당성을 판단하기 위해 필요한 접근 방법이다. 그러나 이러한 내용적 특성을 큐레이팅 뉴스를 대상으로 분석한 연구가 아직까지 부족한 만큼 본 연구는 다음의 연구문제를 제시한다.

연구문제 1: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스에는 어떤 내용적 특성(뉴스 가치, 뉴스 주제, 뉴스 성격)이 나타나는가?

3) 뉴스의 형식적 특성

뉴스의 형식은 뉴스의 내용과 상호 보완적 관계의 속성을 지닌 것으로, 이 두 가지 요소의 결합적 산물이 곧 뉴스의 양식을 결정한다. 이에 선행 연구들은 뉴스의 내용적 특성 못지않게 형식적 요소 또한 중요하게 논의해 왔다(박광순·안종묵, 2015; 양정애, 2011; Graber, 1984).

뉴스의 형식적 특성은 뉴스를 전달하는 데에 있어 그 내용을 체계적으로 배열하고 구성하는 편집 영역에 대한 것으로(이완수 외, 2015), ‘어떻게 보도할 것인가’와 관련되어 있다. 이완수 외는 뉴스 구성의 형식적 측면에서 갖추어야 할 기본적 요건들로 뉴스 구조, 뉴스 유형, 정보 형태 등을 제시했다. 이러한 형식적 요소는 뉴스의 내용을 구성하는 요인이 되기도 한다. 특히 뉴스 구조 및 유형은 뉴스의 이야기를 구성하는 방식, 즉 뉴스 프레임을 결정짓는 요소로서 특정

사건이나 사안에 대한 개인의 인식에도 영향을 미친다(이민규·김수정, 2006). 정보 형태 또한 뉴스의 전달 내용을 결정하는 중요한 요소이다(이건호, 2008).

구체적으로, 뉴스 구조는 ‘독자에게 어떻게 하면 내용을 잘 전달할 수 있을까’에 대한 고민의 산물로, 마감 시간과 지면의 제약 속에서 효과적으로 내용을 담아내고 설득하는 데에 그 목적이 있다(조철래, 2016). 이는 일반적으로 리드(lead, 뉴스의 첫 문장 또는 단락)로 핵심을 제시하는 역삼각형, 흥미로운 내용부터 보여주는 변형 역삼각형(혼합), 사안을 알리고 문제점 분석과 결론 순으로 이어지는 삼각형, 사안을 이야기로 풀어가는 내러티브로 구분할 수 있다(고영철, 2015). 비슷한 맥락에서 역피라미드 구조, 사례나 일화 등으로 시작하는 에피소드 역피라미드 구조, 내러티브 스타일, 인터뷰 형식, 혼합형이 있다(이완수 외, 2015).

정보를 육하원칙에 따라 중요도의 순서대로 나열하는 역피라미드 구조는 뉴스의 주요 내용을 첫 문장에 요약하고, 그 후 추가적인 정보를 차례로 제공하기 때문에 내용을 간결하게 전달하는 효과가 있으며, 이렇게 구성된 뉴스는 독자 입장에서도 시간을 절약하면서 전체적인 내용을 빠르게 파악하고 이해할 수 있는 장점이 있다(김예란, 2003). 동시에 마감 시간에 쫓기는 기자의 뉴스 작성에 효율적이고, 지면 제약에 압박을 받는 편집자의 편집에도 유용한 것으로 알려져 있다(Clark & Scanlan, 2001). 하지만 역피라미드 방식은 일정한 규칙성에 따라 사안의 두드러진 사실만을 피상적으로 전달하기 때문에 깊이 있는 보도를 하지 못하며, 작위적으로 뉴스를 구성해 독자에게 강제로 주입하는 비인간적인 문제라는 지적을 받고 있다(박재영·이완수, 2008). 또한 정보가 파편화되어 제공되고, 깊이 있는 분석보다는 표면적인 정보만을 다루며, 한쪽의 관점만을 강조하여 맥락 없는 보도를 이어간다는 우려도 있다(유선영·이오현, 2001). 그럼에도 불구하고 한국 신문 1면 전체 뉴스의 대부분은 핵심 내용을 맨 앞에 제시한 뒤 나머지 중요한 사실을 순차적으로 배열하는 역피라미드 형식의 뉴스인 것으로 나타났다(고영철, 2015).

이와 반대로 피라미드 구조는 뉴스의 뒷부분에 가장 중요한 사실을 서술하는 방식이며(조철래, 2016), 전통적인 역피라미드의 대안적 형식으로 사용되고 있다(김진국·하주용, 2015). 한편, 역피라미드 뉴스 구조의 대안으로 새롭게 제시되고 있는 것 중 하나는 내러티브 구조이다. 내러티브는 학술적으로 복잡한 개념이지만, 실무적으로 ‘이야기’로 이해해도 무방하다(박재영, 2020). 내러티브 뉴스의 정보 배열 순서와 모양은 다양하지만(박재영, 2020), 일반적으로 뉴스의 뒷부분에 핵심 사실을 배치시키는 특징을 갖고 있다(김진국·하주용, 2015). 박재영과 이완수(2008)의 연구에 따르면, 기자와 에디터들은 내러티브 구조의 장점을 뉴스가 독자에게 글을 읽는 재미를 제공할 수 있는 동시에 감성적 소구에 유용한 점, 독자가 한번 흐름을 타면 끝까지 읽게 되고 완독하면 역피라미드 구조보다 더 강렬한 느낌을 받게 되므로 정보 전달력이 강하다는

점, 사안을 다각적이고 심층적으로 전달할 수 있다는 점을 들었다. 하지만 뉴스가 상황을 묘사하다 보니 너무 길어져 뉴스의 핵심을 독자들에게 빠르게 전달하는 데에는 비효율적이며, 특히 인터넷과 모바일을 통해 짧고 가벼운 뉴스를 접하거나 뉴스를 읽기에 시간이 많지 않은 독자들에게는 적합하지 않다는 의견도 있다(김진국·하주용, 2015).

뉴스 형식의 또 다른 요소인 뉴스 유형은 뉴스를 담는 그릇으로, 뉴스의 양과 질적 수준을 결정한다(고영철, 2015). 연구자에 따라 뉴스 유형은 다양한 방식으로 구분되고 있는데, 스트레이트, 해석/분석, 기획/특집, 인터뷰, 사설, 칼럼/논단, 독자투고, 사진 등으로 구분하고 있는가 하면(정용복·김치완, 2017), 객관 기사, 분석·해설 기사, 의견 기사, 피쳐 기사, 사진 기사로 분류하기도 한다(김경모, 2018).

고영철(2015)은 이러한 뉴스 유형의 분류를 보다 단순하게 뉴스 내용에 기자의 개인적 견해 개입 여부를 기준으로 객관적 사실 보도 기사와 해설·분석 기사로 나누었다. 객관적 사실 보도 기사는 객관적인 사실의 나열에 그친 보도 중심의 뉴스를 말하는 반면, 해설·분석 기사는 어떤 사건이 일어나게 된 원인, 전망 등을 중심으로 구성된다(김민환, 2002). 전자에는 스트레이트 외에 인터뷰·대담, 스케치 등이 속하며, 사설 및 칼럼, 논평 등은 후자에 포함된다. 이 두 가지 분류 체계로 국내 신문 1면의 뉴스 형식을 살펴본 결과, 해설·분석 뉴스에 비해 스트레이트 뉴스와 같이 객관적 사실 전달 위주의 기사가 많은 것으로 드러났다(고영철, 2015).

일간지와 지상파 방송 뉴스의 교육 보도를 분석한 손승혜 외(2011)의 연구에서도 유사한 결과를 확인할 수 있었는데, 신문과 방송 뉴스에서 사실 위주의 보도가 해설 및 분석보다 더 높은 비율을 보였다. 특히 이러한 경향은 시간의 제약을 강하게 받는 방송 뉴스에서 더욱 크게 나타났다. 한편, 오프라인 언론사에 소속되어 있는 언론사닷컴과 인터넷을 기반으로 만들어진 온라인 전용 언론사를 비교한 선행 연구들(권상희, 2004; 김경희, 2002)에 따르면, 언론사닷컴은 오프라인 언론사와 같이 정보 위주의 단순 사실 보도를, 인터넷 기반 언론은 해설이나 분석을 포함한 뉴스를 많이 보도하고 있었다.

뉴스 형식의 세 번째 요소인 정보 형태는 특정한 정보를 어떻게 취득하고 보도하고 있는지를 의미하며, 이는 주로 공개 정보, 재가공 정보, 단독 입수 정보, 단독 개발 정보 등으로 분류된다(이건호, 2008; 이원수 외, 2015; 정용복·김치완, 2017). 공개 정보는 해당 사안과 관련된 기관이나 단체에서 제공하는 보도 자료 등을 통해 모든 언론에게 공개된 내용에 전적으로 의지하는 것이며, 재가공 정보는 공개 정보를 중심으로 작성되지만, 추가적인 조사나 인터뷰 등을 통해 관련 내용의 정보를 더욱 보완시킨 것을 말한다(정용복·김치완, 2017). 단독 입수는 특종을 대신하는 표현으로, 특정한 정보를 한 언론사가 독점적으로 전달받아 보도하는 것을 의미한다. 그

리고 단독 개발은 기자가 독자적인 아이디어와 기획, 탐사적인 취재 방식을 활용하여 발굴한 정보를 중심으로 한다(이건호, 2008). 이때 뉴스의 정보 형태가 공개 정보, 재가공 정보, 단독 입수, 단독 개발로 갈수록 뉴스의 독창성이 증가하는 특징이 있다(이민정·이건호, 2014; 한국언론재단, 2007).

중앙 일간지의 탐사보도 특성을 연구한 이민정과 이진호(2014)에 따르면, 국내 일간지들은 단독 입수한 정보를 가장 적게 활용한 것으로 나타나, 독창성 측면에서 취약함을 보여주었다. 방송 뉴스의 단독 보도의 품질을 살펴본 유수정과 이진호(2020)의 연구에서는 단독 보도가 양적으로는 증가하고 있었지만, 그 품질 측면에서는 문제가 있음이 드러나기도 했다. 단독이라는 제목이 붙어 있는 뉴스들도 내용을 자세히 살펴보면 사실상 이미 공개되어 있는 자료를 취급했거나, 아니면 기존의 공적, 사적 자료 등을 재가공해 단순히 시간적으로 다른 언론사보다 먼저 보도한 뉴스 즉, 실제 단독 뉴스라기보다 단독 취급 유형 보도가 많았던 것이다. 이러한 결과는 기자들이 장기간의 기획과 탐사로 정보를 발굴하는 독창적인 보도보다는 공개된 정보나 인터넷에서 쉽게 접근할 수 있는 자료를 재가공해 타사보다 먼저 보도하는 비율이 높다는 점을 보여준다. 이는 결국 새로운 시각과 정보를 제공하려는 독창성에 대한 노력을 기울이지 않은 채 이미 공개되어 있는 자료를 시간적으로 먼저 소개하여 단독으로 포장하고 있음을 나타낸다.

지금까지 살펴본 대로 기존 연구들은 뉴스를 전달하는 방식인 ‘뉴스 구조’, 뉴스의 내용을 담는 형태인 ‘뉴스 유형’, 어떤 정보가 활용됐는지와 관련된 ‘정보 형태’를 중심으로 뉴스의 형식적 특성을 살펴왔다. 뉴스의 형식적 요소는 내용적 요소와 상호 유기적으로 연관되어 있지만, 이러한 형식적 특성을 큐레이팅 뉴스를 대상으로 살펴본 연구는 아직 찾아보기 힘들다. 이에 본 연구에서는 다음의 연구문제를 설정했다.

연구문제 2: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스에는 어떤 형식적 특성(뉴스 구조, 뉴스 유형, 정보 형태)이 나타나는가?

4) 뉴스의 품질: 공정성

뉴스의 품질은 “저널리즘에 기대되는/요구되는 기능을 충족시키기 위해 갖추어야 할 속성들의 총체”이며(김영욱·진민정·강신규, 2014, 16쪽), 공정성은 저널리즘의 기본 원칙으로서 뉴스 품질을 규정하는 요소들 가운데 하나이다. 다수의 선행 연구들(박재영, 2005; 원희영·윤석민, 2015; McQuail, 1992)에 따르면, 공정성은 어느 한쪽으로 치우치지 않은 비편향적이고 균형적인 태도로 정의됐다.

언론 보도에서 공정성의 확보는 사회가 민주적으로 유지되고 발전하는 과정에서 필수적이며, 특히 권위주의 정부에서 직간접적으로 정부의 통제와 간섭을 받았던 국내 언론은 1987년 이후 권위주의 정권의 해체와 민주주의로의 이행으로 인해 언론의 자유와 자율, 중립적 역할에 대한 사회적 관심이 커지면서 공정성의 중요성을 강조했다(이진로, 2015). 하지만 수용자 단체와 미디어 비평 매체는 국내 언론의 핵심적인 문제점으로 '편파보도', '본질 비껴가기', '본질 왜곡' 등 언론의 공정성 결여를 꼽은 바 있다(장하용, 2001). 이러한 공정성이 결여된 언론의 보도는 사회적 갈등과 혼란을 초래해 규제 대상이 된다는 점에서(이진로, 2015), 공정성은 언론과 학계의 꾸준한 관심을 받고 있다.

이러한 필요성에 의해 지금까지 공정성에 대한 많은 연구가 진행됐지만, 공정성의 개념과 기준 등에 대해서는 일정한 합의가 이루어지지 못한 실정이다. 학자들마다 공정성을 구성하는 요소가 다르기 때문이다. 공정성 개념과 관련해 국내 연구자들은 공정성 검증을 위한 기준을 객관성 개념에서 출발한 웨스터슈탈(Westerståhl, 1983)의 연구를 가장 많이 인용한다. 웨스터슈탈은 객관성을 크게 사실성(factuality)과 불편부당성(impartiality)으로 나누었다. 그리고 사실성을 다시 진실성(truth)과 관련성(relevance), 불편부당성을 균형성(balance)과 중립성(neutrality)으로 구분했다. 이어 맥퀘일(McQuail, 1986)은 웨스터슈탈의 객관성 모델에서 볼 수 없었던 비객관성의 영역을 새롭게 제시함으로써 뉴스 모델을 확장시켰다. 그는 객관성에는 사실성과 공정성, 비객관성에는 당파성, 선전, 주관성 및 선택성을 하위 범주로 구분해 살펴봤다. 국내 연구에서 강명구(1989)는 웨스터슈탈의 객관성 모델이 뉴스 텍스트 자체를 평가하는 데에 있어 어느 정도 유용성은 존재하지만, 뉴스 생산 과정에 개입되는 내·외적 요인들을 제대로 고려하지 못한다는 점을 지적했다. 이에 따라 객관성을 포함하는 공정성을 뉴스 평가의 틀로 제시하며, 이를 사실성 검증(정확성과 균형성), 윤리성 검증(합법성과 윤리성), 그리고 이데올로기 검증(전체성과 역사성) 등 세 가지 차원에서 살펴봤다. 백선기(1992)는 공정성을 좁은 의미의 객관성으로서 사실성과 더불어 균등성과 불편부당성으로 구성되어 있는 균형성으로 구분해 살펴봤다. 이처럼 공정성 개념의 하위 구조는 학자들의 시각에 따라 다양하게 해석되고 있다.

이에 몇몇 연구들에서는 공정성 개념을 다양한 방법으로 정의하는 것은 그것만의 장점이 있고, 연구 목적에 맞는 하위 개념을 연구자의 판단에 따라 구성하는 것이 타당하다는 입장을 제시했다(원희영·윤석민, 2015; 임태섭, 1993). 이러한 맥락에서 본 연구는 먼저 공정성의 하위 개념으로서 객관성을 중심으로 살펴보고자 한다.

학자들에 따라 공정성이라는 개념은 객관성의 상위 개념으로 이해되기도 하고(강명구, 1989; 강태영·권영설, 2000), 또는 하위 개념으로도 이해된다(송용희, 2007; McQuail,

1986; Westerståhl, 1983). 이는 단지 최상의 가치를 어디에 두느냐가 다를 뿐이다(이완수·박재영, 2013). 이처럼 공정성과 객관성 개념의 명확한 구분은 어렵지만, 본 연구는 공정성을 객관성의 상위 개념으로 이해한다. 객관성이 뉴스 이용자의 판단을 위한 근거 자료를 제공하는 것에 그치는 데에 비해, 공정성은 정의나 진실에 대한 판단까지 수행하는 개념이기 때문이다(강태영·권영설, 2000).

언론의 객관성의 개념은 기자의 개인적 평가나 판단을 배제하고, 있는 사실을 그대로 보도해야 하는 것을 의미하며(이완수·박재영, 2013), 이러한 뉴스 객관성을 가늠해 보는 기준은 취재원 활용 관행을 살펴보는 것이다. 편중되지 않고 다양하고 다수의 취재원을 활용하는 것은 언론이 객관성을 어느 수준으로 추구하는지를 판단하는 데에 도움을 준다(심재철, 2003; 오해정·최지향, 2019). 언론이 취재원을 선택하는 과정에서 특정 취재원을 편중적으로 사용한다거나 배제한다면 뉴스의 객관성을 기대할 수 없다. 따라서 뉴스에 취재원이 많을수록, 다양한 유형의 취재원이 활용될수록 뉴스의 객관성을 확보할 수 있는 것이다.

하지만 한국과 미국 신문의 취재원 이용 관행을 조사한 대부분의 선행 연구(박재영·이나연, 2018; 이진호·정원규, 2009; 이재경, 2006)의 결과는 우리나라 언론이 적은 취재원을 활용함으로써 취재원 편향성이 두드러지고 있음을 지적하고 있다. 한국의 <조선일보>와 미국의 <뉴욕타임스>가 대통령 관련 뉴스를 어떻게 다루는지를 비교한 이재경(2006)은 한국 신문의 뉴스 1건 당 평균 취재원은 2.1명에 불과한 반면, 미국은 평균 7.5명을 활용하고 있다고 밝혔다. 뉴스에 취재원이 적게 등장하는 결과는 지상파 방송 3사를 분석한 박성호와 윤영민(2016)의 연구에서도 동일하게 나타났다.

또한 국내 언론은 취재원을 주로 관(官)에 의존하는 문제 역시 심각하다. 설진아와 남궁강(2007)은 6자 회담 관련 방송 뉴스에서 활용된 취재원 분포를 살펴본 결과, 정부 관료가 70% 이상으로 대다수를 차지하며, 그 다음은 대통령이 10% 내외임을 확인했다. 일본 대지진과 원전 사태 보도 특성에 대해 분석한 조은희(2012) 또한 우리나라 과학 보도가 제한된 취재원 활용 경향을 보인다는 것을 지적하고, 이러한 원인으로 보도 자료에 과도하게 의존하는 취재 관행을 들었다.

한편, 국내에서 공정성을 설명하는 하위 개념으로 불편부당성을 살펴볼 수도 있다(백선거, 1992). 불편부당성 개념은 정파성이 인정되는 신문과 달리 방송이 정치에 개입하지 못하고 중립을 지키도록 제도화시킨 영국에서 생겨난 것이지만(이창근, 2004), 그것이 신문에 적용되지 않는다는 것을 뜻하지는 않는다. 국내의 조선일보는 사시로 '불편부당'을 채택하고 있으며, 미국의 뉴욕타임스 역시 이를 윤리 규정의 기본 목적으로 제시하고 있다(김영욱, 2011).

불편부당성은 어느 한쪽의 의견이나 입장에 치우치지 않는 것을 의미하는데, 이는 대립되는 관점에 대한 단순한 균형을 넘어서다. 동시에, 모든 이슈에 대한 완전한 중립성을 요구하는 것도 아니다. 균형성은 산술적 의미를 전제해 양적인 측면에서 형식과 결과를 평가하지만, 불편부당성은 가치 평가를 전제로 내용적 측면에 주목한다는 점에서 차이가 있다(김영옥, 2011). 또한 중립성은 기계적인 중립을 의미하는 반면, 불편부당성은 체제와 가치를 위협하는 문제에는 중립을 요구하지 않는다(김세은·이상길, 2008). 이러한 측면에서 앞서 언급한 불편부당성의 하위 개념을 중립성과 균형성이라고 주장한 웨스터슈탈(1983)의 입장과는 차이가 있다.

불편부당성을 가장 기본적인 책무이자 핵심 규범으로 여긴 영국의 BBC는 여기에 '적절한'(due)이라는 수식어를 사용해 '적절한 불편부당성' 개념을 정립했다. 여기에서 '적절'이란 콘텐츠의 주제와 속성, 예상되는 뉴스 이용자의 기대, 이러한 기대에 영향을 미칠 수 있는 모든 포식 등의 측면에서 불편부당성이 적합하고 적절해야 한다는 것을 의미한다(BBC, 2010). 따라서 적절한 불편부당성은 '의견의 폭과 다양성'을 반영해야 하며, 이를 위해 주제와 관점을 폭넓고 다양하게 제공해야 한다(박성호, 2018).

뉴스에서 다양한 관점을 제시하는 것은 언론이 지향하는 궁극적 목표로, 특정한 사안에 대해 다양한 견해와 주장을 담고 있는지와 관련된 것이다(이진영·박재영, 2010). 보도의 관점을 분석한 연구들에서는 주로 보도의 관점 제시 양태를 '완전히 단일 관점', '대체로 단일 관점', '복합적 관점'으로 구분했으며, 신문과 방송 뉴스 모두 단일 관점을 채택하는 경우가 많다는 점을 발견했다(박성호·윤영민, 2016; 박재영·이나연, 2018; 유수정·이건호, 2020; 이진영·정원규, 2009).

또한 다양성 측면에서 주제는 관심사를 다양하게 다루고 있는지에 대한 문제이다(이진영·박재영, 2010). 뉴스에서의 주제 다양성은 내용적으로 정보와 의견이 얼마나 차별화되어 독자에게 제공되는가로 정의할 수 있으며(강명현, 2016), 이때 한쪽으로 치우치지 않고 다양한 뉴스 주제가 다루어질 때 바람직한 것으로 평가된다(조은영·유세경, 2014). 이러한 주제의 다양성은 뉴스에서 주제가 어떻게 구성되어 있는지 파악한 뒤, 각 주제가 차지하는 비중을 분석해 판단할 수 있는데, 이는 다양성 지수를 통해 확인할 수 있다. 즉, 다양성 지수를 통해 어느 한 주제에 치우침이 있는지 혹은 고르게 분포되어 있는지를 종합적으로 판단할 수 있는 것이다(유수정, 2018). 앞서 큐레이팅 뉴스의 내용적 측면인 뉴스 주제에서는 각 뉴스의 주제가 차지하는 비중을 살펴본다면, 여기에서의 주제 다양성은 큐레이팅 뉴스에서 해당 주제들이 차지하는 비중이 얼마나 고르게 분포되어 있는지 분석할 것이다.

지금까지 공정성을 객관성과 불편부당성이라는 차원에서 살펴왔다. 하지만 이러한 공정성

논의들은 주로 방송과 신문 등 전통 미디어를 중심으로 진행됐다. 이에 본 연구는 큐레이팅 뉴스를 대상으로 공정성이 어떻게 구현되는지 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 제시했다.

연구문제 3: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스에서 공정성은 어떻게 구현되고 있는가?

연구문제 3-1: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스는 객관성 차원(전체 취재원 수, 취재원 유형)에서 어떤 특성을 나타내는가?

연구문제 3-2: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스는 불편부당성 차원(관점 다양성, 주제 다양성)에서 어떤 특성을 나타내는가?

5) 뉴스의 품질: 심층성

심층성 또한 저널리즘의 중요한 원칙이며, 앞서 설명한 뉴스의 품질을 파악할 수 있는 또 다른 요소이다. 이는 오랜 기간 동안 뉴스의 품질과 관련해 중요한 요소였으나, 최근 들어 특히 그 중요성은 더욱 강조되고 있다(오해정·최지향, 2019). 미디어 기술의 진화로 인해 다양한 뉴스 매체, 채널, 플랫폼이 등장하면서 대량의 정보와 뉴스는 넘쳐나고 있지만, 이를 종합적으로 이해하고 서로 다른 의견을 노출시키며 새로운 생각을 하도록 하는 뉴스는 찾기 어려워진 현실 때문이다(김유정·오현경, 2019). 또한 저널리즘에서 심층성은 사안에 대해 이해도를 높이고자 하는 시민들과의 소통을 가능하게 하고(김유정·오현경, 2019), 이들에게 새로운 생각을 하게 한다는 점에서(이준웅·김경모, 2008), 오늘날의 미디어 환경에서 뉴스의 심층성이 갖고 있는 중요성은 여전히 크다.

심층성이 과연 무엇이고 어떤 뉴스가 심층적인 뉴스인가에 대해 여전히 명확하게 정의하기 어렵다는 주장도 있지만(김유정·오현경, 2019), 보편적으로 심층 뉴스는 정보의 깊이로 구성된다(Schudson, 1995). 여기에서 '정보의 깊이'는 심층성 그 자체로 뉴스의 가치를 평가하는 하나의 잣대가 될 수 있는데(이건호·정완규, 2008), 이는 특정 사안의 발생 과정과 결과뿐만 아니라 원인, 배경, 역사, 결과 등을 총체적으로 보여줌으로써 확보될 수 있다(Spurk, Lopata, & Keel, 2010). 더 나아가, 뉴스에서 정보의 깊이는 단순한 묘사와 설명보다는 맥락을 논리적으로 연결하고 대안이 제시될 때 구현되기도 한다(박성호·윤영민, 2016).

이러한 측면에서 심층성은 “사안에 대한 다각적 정보를 전달해 사실관계 규명은 물론 깊이 있는 해석을 제공하고 독자의 이해도를 높이는 보도 태도”이다(이종혁·정낙원·김세은, 2017, 136쪽). 남재일과 이강형(2017)은 심층성을 “중요 뉴스에 대한 해설과 비평을 제공하는 것”(97쪽)으로 바라봤다. 이러한 심층성은 복잡한 사회 현상이나 어려운 개념을 뉴스 이용자가 쉽게 이

해할 수 있도록 보도하는 전문성을 통해 살펴볼 수 있다(오해정·최지향, 2019). 다시 말해, 전문성은 한국 언론이 얼마나 심층적이고 깊이 있는 보도를 추구하는지를 판단하는 일종의 기준이 될 수 있다.

뉴스의 전문성은 사실을 단순하게 전달하는 것 이상으로, 복합적인 맥락을 제공해 사안의 복잡한 이면을 깊이 있게 드러낸 경우에 확보될 수 있다. 선행 연구(Spurk et al., 2010)에 따르면, 독자나 시청자가 사건의 맥락을 이해하려면 뉴스가 사건의 과정과 결과뿐만 아니라 원인 및 전망 등을 포함해야 한다고 강조했다. 하지만 박재영과 이나연(2018)의 연구에 따르면, 뉴스의 분석력 측정을 통해 국내 일간지 가운데 원인과 과정, 결과, 그리고 전망까지 모두 포함된 뉴스가 4.5%에 불과한 것으로 나타났다. 이에 반해 미국의 뉴욕타임스는 네 가지 정보를 모두 담은 경우가 19%, 영국의 더 타임스는 13%에 달하는 것으로 분석됐다.

또한 전문성은 반허스트와 머츠(Barnhurst & Mutz, 1997)의 이벤트 중심 보도(event-centered coverage)와 분석 중심 보도(analysis-centered coverage)를 차용해, 뉴스의 깊이를 통해 살펴볼 수 있다. 이에 뉴스의 이벤트와 분석 집중도를 기준으로 뉴스의 깊이를 분석한 선행 연구들(박성호·윤영민, 2016; 박재영·안수찬·박성호, 2014; 유수정·이건호, 2020)은 국내 언론이 이벤트 중심 보도 경향이 강하다는 점을 발견했다. 박재영 외는 신문은 대상으로 대통령 선거 뉴스를 분석한 결과, 발생 사건 중심의 이벤트 뉴스의 비중이 압도적으로 높았다는 점을 발견했다. 이러한 결과는 방송 뉴스에서도 동일하게 나타났다. 박성호와 윤영민은 지상과 방송 3사의 법조 뉴스의 깊이를 분석한 결과, 이벤트 중심 보도가 93.2%로 압도적으로 많은 반면, 분석 중심 보도는 6.8%에 그쳤다고 밝혔다.

한편, 심층성은 뉴스에서 투명성을 얼마만큼 구현하고 있는지에 따라 확인할 수 있다. 뉴스에서 정보의 출처와 정보의 제공자가 확실히 명기된 경우는 이용자들에게 뉴스의 질을 더해주기 때문이다(이건호·정완규, 2008). 미국의 민간 언론연구기관인 PEJ(Project for Excellence in Journalism)는 보도의 심층성을 측정하기 위한 보도지수(The Reporting Index)²⁾를 제시하고 있는 가운데, 국내에서도 이를 적용한 연구들이 수행되어 왔다(오해정·최지향, 2019; 이 건호, 2008). 특히 투명 취재원 적시는 투명성을 높이는 요소로 평가되기도 한다(Park & Min, 2019). 즉, 뉴스 내에서 투명 취재원이 많을수록 투명한 뉴스라는 뜻이다. 투명 취재원

2) 보도지수는 '투명한 취재원', '복합적인 관점 제시', '이해당사자 수' 등을 요소로 하며, '최고 수준의 보도(the highest level of reporting)'는 투명 취재원이 4개 이상 포함된 기사, 복합적 관점이 제시된 기사, 이해 당사자가 4개 이상 포함된 기사로 정의되었다(PEJ, 2005).

수는 정보의 출처가 명확하게 제시됐는지를 나타내는 기준이 되는데(Rupar, 2006), 국내 언론은 투명 취재원 사용을 전반적으로 적게 사용하고 있는 것으로 나타났다(박성호·윤영민, 2016; 오해정·최지향, 2019; 이원수·박재영, 2013).

이러한 투명 취재원의 활용은 취재원에 대한 정보를 얼마나 공개하는가와 직결된다(이나연, 2018). 학계뿐만 아니라 언론 산업에서는 익명 취재원의 사용을 엄격히 제한해 왔다(Fedler, Bender, Davenport, & Drager, 2005). 가령, 미국의 뉴욕타임스는 취재원의 이름을 공개할 수 없는 상황이라면 상급자에게 해당 취재원의 신원을 밝히고(박재영·이원수, 2007), 기사의 투명성을 높이는 방안으로 익명 취재원을 사용할 때 독자가 납득할 수 있도록 익명 취재원에 대한 설명을 포함시킬 것을 강조했다(이나연·김창숙·김지현, 2021). 한국과 미국의 정치 뉴스를 대상으로 익명 취재원 표기 관행을 분석한 이나연 외는 비록 미국 언론에서 익명 취재원에 대한 경력, 경험 등을 제시한 비중은 적지만, 이는 국내 언론에 비해 많다는 점을 발견했다. 구체적으로 이들 연구에 따르면, 국내 언론사는 798건의 익명 취재원 사용 중 60건(7.5%)에서 익명 취재원이 누구인지에 대한 설명을 제공한 반면, 미국 언론사는 127건 중 48건(37.8%)에서 익명 취재원에 대한 정보를 제시한 것으로 나타났다.

지금까지의 논의를 종합했을 때, 뉴스의 심층성은 전문성 차원의 특성과 투명성 차원의 특성으로 살펴보는 것이 타당해 보인다. 이에 본 연구는 큐레이팅 뉴스에서 심층적인 보도가 얼마나 나타나고 있는지 살펴보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제 4: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스에서 심층성은 어떻게 구현되고 있는가?

연구문제 4-1: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스는 전문성 차원(뉴스 분석력, 뉴스 깊이)에서 어떤 특성을 나타내는가?

연구문제 4-2: 소셜 미디어를 통해 유통되는 큐레이팅 뉴스는 투명성 차원(전체 투명 취재원 및 익명 취재원 수, 익명 취재원에 대한 설명)에서 어떤 특성을 나타내는가?

3. 연구방법

1) 분석 대상 및 기간

소셜 미디어에서 유통되는 큐레이팅 뉴스의 특징과 품질을 분석하기 위해 큐레이팅 뉴스 서비스인 <인사이트>와 <위키투리>의 뉴스를 대상으로 내용분석을 진행했다. 이들은 국내에서 소셜 미

디어 팔로워를 가장 많이 보유하고 있기 때문에(이옥희, 2019), 큐레이팅 뉴스를 대표하는 뉴스 서비스라고 판단했다. 다양한 소셜 미디어 플랫폼을 중심으로 큐레이팅 뉴스 서비스가 확산되고 있는 가운데, 페이스북이나 트위터에 비해 인스타그램을 통해 뉴스를 이용하는 비중이 2014년에 비해 약 5배 수준으로 늘어났고(Newman, Fletcher, Schulz, Andi, & Nielsen, 2020), 이에 상응하여 큐레이팅 뉴스 서비스 역시 인스타그램을 중심으로 확산 중에 있다. 이에 본 연구는 인스타그램³⁾에 <인사이트>와 <위키투리>가 게시한 뉴스들을 분석했다. 분석 단위는 개별 뉴스이다. 현재의 큐레이팅 뉴스의 양상을 살펴보기에 1년의 기간이 무리가 없다고 판단해 분석 기간은 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지 1년으로 설정했다.

2) 표집

본 연구는 주 구성 표집(constructed week sampling)을 사용해 표본을 추출했다. 주 구성 표집은 요일로 층화한 후 필요한 수만큼의 날짜를 표집하는 방법으로, 비교적 적은 수의 표본으로 장기간의 분석에 효율적이다(윤영민, 2019). 코놀리에이헌, 에이헌, 보트리(Connolly-Ahern, Ahern, & Bortree, 2009)는 적어도 8주 구성 표집을 해야 1년을 대표할 수 있다고 했는데, 이때 1년 전체를 대상으로 한 8주 구성 표집보다는 4분기로 나누어 분기별로 2주씩 표집하는 것이 더 대표성을 띠는 것으로 나타났다. 이에 본 연구 역시 1년을 4분기로 나눈 뒤, 분기별로 2주 구성을 해 요일별로 무작위로 뽑아 8주 표본(56일)을 구성하고자 했다.

이를 위해 먼저 파이썬(Python) 기반 웹 크롤링(Web crawling)을 통해 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지 인사이트와 위키투리에 게시된 게시물을 수집했다. 수집된 전체 뉴스 개수는 <인사이트>는 5,783개, <위키투리>는 3,285개였다. 이어 앞서 언급한 방법대로 1년 치의 <인사이트>와 <위키투리> 뉴스에서 요일별로 무작위로 뽑아 8주 표본을 구성한 결과, 인

3) 큐레이팅 뉴스 서비스들이 자사 웹사이트를 운영하고 있지만, 본 연구는 소셜 미디어에서 유통되는 큐레이팅 뉴스에 초점을 두었기 때문에 소셜 미디어에 게시된 뉴스만으로 분석 대상을 한정했다. 공통적으로 <인사이트>와 <위키투리>는 인스타그램, 페이스북, 트위터, 네이버 포스트 등에 공식 계정을 갖고 있는 가운데, 본 연구는 인스타그램에 게시된 뉴스에만 중점을 둔다. 앞서 선행 연구(배정근, 2018)에서 살펴보았듯이 큐레이팅 뉴스는 이미 언론이나 온라인에 올라와 있는 정보를 재가공해 새로운 의미를 만들어 낸다는 점에서 카드 뉴스로 분류될 수 있다. <인사이트>와 <위키투리> 서비스는 플랫폼 특성상 인스타그램에서만 카드 뉴스 형태의 콘텐츠를 게시하고 있는 반면, 페이스북과 트위터에서는 게시물에 뉴스의 링크가 걸려져 있다. 게시물의 링크는 큐레이팅 뉴스 서비스의 각 웹사이트로 연결되어 기존 언론 보도 형태의 뉴스가 보인다. 인스타그램에서 게재되는 큐레이팅 뉴스는 10장 내외의 카드 형식에 장당 하나의 사진 이미지와 간결한 글 혹은 짧은 영상을 통해 내용이 요약된 형태이며, 이를 슬라이드 방식으로 넘겨보도록 하는 특징이 있다. 이러한 점을 고려해, 본 연구는 기존의 보도 형식과 다른 새로운 형태의 큐레이팅 저널리즘을 살펴보기 위한 것으로, 인스타그램에 게시된 카드 뉴스 형태가 분석 대상으로 적합하다고 판단했다.

사이트는 907개, 위키트리는 503개로 총 1,410개가 수집되었다. 이 중 네이티브 광고 및 영상은 연구 목적과 상관없기 때문에 분석 대상에서 제외했다. 최종 선정된 분석 대상 게시물(뉴스)은 <인사이트>에서 720개, <위키트리>에서 331개로 총 1,051개였다.

3) 변인의 조작적 정의

(1) 큐레이팅 뉴스의 내용적 특성

① 뉴스 가치

뉴스 가치는 다양한 사회적 현상 중 어떤 것을 선택해서 뉴스로 공표할 것인가를 결정하는 데에 작용하는 기준이다. 본 연구에서는 선행 연구(손승혜 외, 2011; 윤여광·조인희, 2017; 정수영·남상현, 2012)를 참고해, 총 9개로 뉴스 가치를 구분했다(<Table 1> 참조). 이때 9개의 뉴스 가치 각각을 변인으로 취급해 분석하는 뉴스(게시물)에 해당 뉴스 가치가 나타나면 1, 나타나지 않으면 0으로 코딩했다. 예를 들어, <인사이트>의 한 게시물에 과거(게시물이 게시된 날로부터 최소 일주일 이상 지난 시점)의 유명한 인물 관련 사건을 다루고 있으면 시의성 변인은 0으로 코딩하고, 저명성 변인은 1로 코딩하는 식이다. 다른 변인들도 같은 방식으로 코딩했다.

Table 1. Operational Definitions of News Values in Curating News

Variables	Definition
Timeliness	An assessment of how recently an event occurred, particularly focusing on news related to events that took place or are currently developing within the past week.
Prominence	An assessment of whether news involves socially prominent individuals or locations, covering news related to such people or places.
Impact	An assessment of whether the events mentioned in the news affect a large number of audience and reader or have a high intensity.
Usefulness	An assessment of whether the news conveys information that people need for real-life situations, focusing on providing useful information.
Conflict	An assessment of whether an event involves violence, clashes, fights, or tensions between news entities (individuals, groups, or countries), covering news related to such conflicts.
Negativity	An assessment of whether the news serves the purpose of environmental surveillance by monitoring and reporting negative events or accidents.
Interest	An assessment of what piques the reader's curiosity focusing on news that of low importance but contains unique and intriguing elements, such as true stories.
Novelty	An assessment of what catches the reader's eye, typically involving news that offers something new and different.
Proximity	An assessment of how close the issue is to the reader, both physically and psychologically, often involving news about issues in close proximity to the reader.

② 뉴스 주제

뉴스 주제는 게시물이 다루는 소재의 토픽을 뜻한다. 선행 연구(김위근, 2013; 이진영·박재영, 2010)의 뉴스 주제 분류를 참고하고, 〈인사이트〉와 〈위키트리〉 웹사이트의 주제 분류를 일부 수정해 7개의 뉴스 주제로 구분했다(〈Table 2〉 참조). 뉴스 게시물을 읽고, 이 7가지 범주 중 가장 두드러진 주제 1개를 선택해 코딩했다.

Table 2. Categories of News Topics in Curating News

Category	Content
Politics	The Blue House, National Assembly-Political Parties, Administration-Local Government, Military-Defense, North-South Relations, Foreign Affairs
Society	Courts, Prosecution, Police, Education, Environment, Incidents-Accidents, Defense, Transportation, Labor, Welfare, Medical, Health, Women, Children, Crime
Economy	Securities, Finance, Real estate, Finance, Employment, Business, Retail, Consumer, Automotive, Industry
Culture	Music-Performance-Exhibition, Broadcast-Entertainment, Film-Animation, Sports
International	International Organizations, International Conferences, International Topics
IT-Science	Internet-PC, Mobile, Telecom, Game, Science
Other	Food, Agriculture-Forestry-Fisheries, Mining, Life information (Shopping, Transportation, Weather), Tourism, Human interest (Misfortune, Success, Gossip), etc.

③ 뉴스 성격

뉴스의 성격은 뉴스의 고유한 성질을 의미하며, 이를 측정하기 위해 ‘경성 뉴스’와 ‘연성 뉴스’로 구분했다. 뉴스 중요도 대 흥미도에 따라 ‘경성 뉴스’와 ‘연성 뉴스’로 구분한 한진만과 설진아(2001)의 분류 기준을 차용해, 공적 영역에 관한 내용을 사실관계 중심으로 딱딱하고 건조하게 기술한 뉴스일 경우 ‘경성 뉴스(=1)’로 분류했고, 인간적 흥미를 주요 내용으로 독자의 흥미와 감정적 반응을 유발하는 뉴스이면 ‘연성 뉴스(=2)’로 코딩했다.

(2) 큐레이팅 뉴스의 형식적 특성

① 뉴스 구조

뉴스 구조는 뉴스를 전달하는 방식을 말한다. 고영철(2015)과 이완수 외(2015)가 뉴스 구조를 구분한 것을 본 연구에 맞게 수정해, ‘역피라미드’, ‘피라미드’, ‘내러티브’, ‘기타’로 분류했다. 구체적으로, 뉴스 내용의 핵심을 요약해서 맨 앞의 리드에 쓰고, 이어 정보 내용을 중요한 순서대로 본문에 차례로 나열한 뉴스일 경우 ‘역피라미드(=1)’로, 뉴스의 리드 부분에 무슨 일이 있었

음을 독자들에게 일단 먼저 알리고 문제점을 분석한 이후에 결론을 유도하는 뉴스인 경우에는 ‘피라미드(=2)’로 기록했다. 사건·사안의 일부 특성을 부각시켜 드라마틱하게 이야기 형식으로 풀어가는 형태의 뉴스는 ‘내러티브(=3)’로, 이 세 가지 뉴스 구조에 포함되지 않는 방식으로 뉴스를 전달하는 경우에는 ‘기타(=4)’로 코딩했다.

② 뉴스 유형

뉴스 유형은 뉴스가 작성된 형식을 뜻한다. 고영철(2015)이 분류한 것을 본 연구에 맞게 ‘스트레이트’, ‘해설·분석’, ‘기타’로 나눴다. 구체적으로, 공식 발표, 보도 자료 및 뉴스 통신사 제공 소식 등 사실적 정보에 근거해 육하원칙의 방식으로 작성된 뉴스는 ‘스트레이트(=1)’로, 스트레이트 뉴스에 대한 상세한 해설이나 비평을 목적으로 쓴 뉴스는 ‘해설·분석(=2)’으로 코딩했다. 그리고 이 두 가지 뉴스 유형에 포함되지 않는 경우에는 ‘기타(=3)’로 기록했다.

③ 정보 형태

정보 형태는 뉴스에 어떤 정보가 활용됐는지에 대한 것이다. 이완수 외(2015)의 분류 틀을 차용해 ‘공개 정보’, ‘재가공 정보’, ‘단독 입수 정보’, ‘단독 개발 정보’, ‘기타’로 나누었다. 당일 발표된 자료에 전적으로 의존한 뉴스이거나 뉴스의 핵심 정보가 모두에게 알려진 사실인 경우에는 ‘공개 정보(=1)’로, 공개된 정보 자료를 기초로 기자가 해석과 분석을 곁들여 작성된 경우는 ‘재가공 정보(=2)’로 코딩했다. 수동적 특종으로 기자 자신이 취재원으로부터 핵심적인 정보를 전달받아 뉴스를 쓴 경우는 ‘단독 입수 정보(=3)’로, 능동적 특종으로 기자 스스로 핵심 정보를 발굴하거나 취재한 경우에는 ‘단독 개발 정보(=4)’로 분류했다. 그리고 이 네 가지 정보 형태에 포함되지 않는 경우에는 ‘기타(=5)’로 기록했다.

(3) 큐레이팅 뉴스의 품질: 공정성

① 전체 취재원 수

전체 취재원 수는 뉴스에 등장하는 개인, 단체, 자료 등을 포함한 취재원의 총 수이다. 오해정과 최지향(2019)의 연구에 기초해 취재원은 뉴스에서 “~는 ~라고 말했다”, “~에 따르면” 등의 표현으로 정보의 제공자임이 분명히 드러난 경우로 간주했다. 즉, 취재원은 뉴스를 작성하는 데에 있어 기자에게 필요한 정보를 전달하는 출처이다. 취재원 활용이 제한적인 뉴스에서 동일한 취재원을 중복적으로 셀 경우 다수의 취재원이 있다는 착각을 불러일으킬 수 있기 때문에(박성호·윤

영민, 2016), 같은 뉴스에 동일한 취재원이 반복해서 등장하는 경우에는 중복해 세지 않았다. 다시 말해, 뉴스에 'A'라는 취재원이 두 번 이상 언급된 경우, 1개로 기록했다.

② 취재원 유형

취재원 유형은 뉴스에 등장하는 취재원의 종류를 뜻한다. 선행 연구(Park & Min, 2019)의 분류를 수정해 <Table 3>과 같이 취재원을 8가지 유형으로 구분했다. 본 코딩을 진행하기 전에 분석할 뉴스 게시물들을 일별한 결과, 대체로 뉴스에서는 최소 1개에서 최대 5개까지 취재원이 활용되고 있었다. 이 점을 고려해 취재원 유형 변인은 뉴스에서 언급한 순서대로 최대 5개까지만 코딩했다. 구체적으로, 첫 번째 취재원이 8개 유형 중 어느 유형에 해당하는지 코딩하고, 취재원이 더 있을 경우 같은 방식으로 다섯 번째 취재원까지 코딩했다.

Table 3. Categories of Types of News Sources in Curating News

Category	Content
Governments	Central government (Legislature, Judiciary, Administration, Independent agency), Local government, Public Institution·Group·Enterprise
Politicians	Political party, Political group, Politician, Political candidate
Experts	Expert, Academia (Scholar, Academic organizations), Professor, Analyst, Critic, Consultant, Researcher, Polltaker, Lawyer, etc.
Citizens	Ordinary citizen, etc.
Organizations/ Institutions	Private Institution·Group·Enterprise
Civil society organizations	Civic group, Interest group, Welfare group, Religious group, Foundation, etc.
Material sources	Traditional media (local and international), Internet-based media such as YouTube, and posts on communities and social media, etc.
Other	If the news source does not exist in the category

③ 관점 다양성

관점 다양성은 뉴스의 내용이 주로 누구의 입장에서 전달되고 있는가를 뜻한다. 선행 연구(박성호·윤영민, 2016; 박재영·이나연, 2018; 유수정·이건호, 2020; 이건호·정완규, 2009)의 구분에 따라 뉴스의 관점을 '완전히 단일 관점', '대체로 단일 관점', '복합적 관점'으로 구분했다. 뉴스에서 하나의 견해가 지배적으로 나타나고 그와 다른 견해는 전혀 언급되지 않는 경우에는 '완전히 단일 관점(=1)'으로 봤고, 하나의 견해가 3분의 2 이상을 구성하면서 그와 다른 견해가 일시적으로 언급된 경우에는 '대체로 단일 관점(=2)'으로 코딩했다. 그리고 하나의 견해가 뉴스의 3분의 2 이상을 넘지 않으면서 그와 다른 견해가 3분의 1 이상을 넘는 경우에는 '복합적 관점(=3)'으로 기록했다.

④ 주제 다양성

주제 다양성은 뉴스에서 관심사를 얼마나 다양하게 다루고 있는가를 의미한다. 뉴스 주제의 다양성 정도를 확인하기 위해 앞서 내용적 측면에서 뉴스 주제를 7개로 구분한 것을 토대로(〈Table 2〉 참조), 다양성 지수를 도출하고자 했다. 이를 위해 언론학 분야의 다양성 분석에서 많이 사용되고 있는 허핀달-허쉬만 지수(Hirshman-Herfindahl Index, 이하 HHI)를 활용했다. 이 지수를 사용해 선행 연구들(심훈, 2005, 2016; Park & Min, 2019)에서는 뉴스의 주제 다양성을 살펴본 바 있다. 이에 본 연구에서도 HHI를 이용해 큐레이팅 뉴스에서 주제가 얼마나 다양하게 다루어지고 있는지 확인했다.

HHI는 모든 비율의 제곱의 합이다(성욱제, 2012). 다시 말해, 각 뉴스의 주제 비율(%)을 제곱해 이를 모두 합한 값이다. 예를 들어, 전체 뉴스 중 정치 주제의 뉴스가 70%를 차지하고, 사회 주제의 뉴스가 30%를 차지한다면 70의 제곱과 30의 제곱을 합한 값이 HHI이다. 통상적으로 HHI의 값이 1,000 미만이면 '비집중'(unconcentrated)으로 간주해 다양한 주제가 다루어지고 있다고 해석할 수 있는 반면, 그 값이 1,800 이상이면 '고집중'(highly concentrated)으로 여겨 다양성이 낮다고 평가할 수 있다. 결국 HHI는 그 값이 높을수록 다양성이 떨어진다고 볼 수 있다.

(4) 큐레이팅 뉴스의 품질: 심층성

① 뉴스 분석력

뉴스 분석력은 뉴스를 구성하는 정보가 사안과 관련된 과정·결과 요소를 포함하는 정도 및 기자가 취재원을 동원하거나 기타 방법으로 적극적으로 취재한 뒤 사안의 원인이나 전망 같은 추가적인 주요 정보를 포함하는 정도이다. 김경모(2018)의 연구를 참고해 '과정·결과', '원인+과정·결과', '과정·결과+전망', '원인+과정·결과+전망'으로 분류했다. 추가적인 취재 결과 없이 단순한 이슈 전달의 경우에는 '과정·결과(=1)'로 기록했다. 과정·결과에 기자의 적극적인 취재를 통해 "~이 원인이다", "~때문에", "~에서 기인한다" 등과 같은 명확한 구절로 인과성을 분석하거나 드러내는 경우에는 '원인+과정·결과(=2)'로 코딩했다. 과정·결과에서 비롯한 미래를 예상해 보고 예측을 내리는 것으로, 취재원의 발언이나 자료에 기초해 "~할 것으로 예상된다", "~라는 전망이다" 등과 같이 기자가 주관적으로 상황 전개나 결과를 예상하는 구절이 포함된 경우에는 '과정·결과+전망(=3)'으로 봤다. 그리고 원인, 과정, 결과 및 전망이 모두 포함된 경우에는 '원인+과정·결과+전망(=4)'으로 코딩했다.

② 뉴스 깊이

뉴스 깊이는 뉴스의 중심이 어디에 있는지를 말한다. 반허스트와 머츠(Barnhurst & Mutz, 1997)의 분석 틀을 중심으로 '이벤트 중심', '분석 중심', '기타'로 구분했다. “누가 무엇을 했는가?”를 중점적으로 보도한 뉴스로 인터뷰나 보도 자료, 기자간담회 등과 같은 의사사건(pseudo-event)과 자생적으로 발생한 진짜 사건(genuine-event)의 과정과 결과를 보도한 경우는 '이벤트 중심(=1)'으로 코딩했다. 그리고 발생한 사안의 의미와 맥락을 보도하는 경우는 '분석 중심(=2)'으로 봤다. 그리고 이 두 가지 뉴스 깊이에 포함되지 않는 경우에는 '기타(=3)'로 기록했다.

③ 전체 투명 취재원 및 익명 취재원 수

전체 투명 취재원의 수는 뉴스에 등장하는 취재원 가운데 실명이 명확하게 나타난 개인, 단체, 자료 등을 포함한 취재원의 수이다. 사람의 실명이 명확한 경우에는 '투명 개인 취재원', 복수형 및 집합 명사를 포함해 조직 및 기관명이 명확히 표기된 경우에는 '투명 단체 취재원', 자료나 문건의 이름이 명확히 표기된 경우에는 '투명 자료 취재원'으로 구분했다. 그리고 이들 수를 합산해 각 뉴스 게시물마다 전체 투명 취재원 수를 구했다.

전체 익명 취재원의 수는 뉴스에 등장하는 취재원 중 실명이 명확하게 나타나지 않은 개인, 단체, 자료 등을 포함한 취재원의 수이다. 사람의 이름 없이 성만 표기된 경우, 이름과 성을 모두 가리고 소속만 노출시킨 경우, 성과 소속만 밝힌 경우, 사람의 성과 이름 그리고 소속 모두 밝히지 않은 경우 중 하나라도 해당되면 '익명 개인 취재원'으로 처리했다. 복수형 및 집합 명사를 포함해 조직 및 기관명이 명확히 표기되지 않은 경우에는 '익명 단체 취재원', 자료나 문건의 이름이 명확히 표기되지 않은 경우에는 '익명 자료 취재원'이다. 그리고 이들을 각 뉴스 게시물마다 합산한 값이 전체 익명 취재원 수이다.

④ 익명 취재원에 대한 설명

익명 취재원에 대한 설명은 뉴스에 등장한 익명 취재원의 발언을 믿을 만한 것으로 설명하는 내용이 있는지를 의미한다. 익명 취재원을 사용할 때 뉴스의 투명성을 높이는 방법 중 하나는 익명 취재원이 해당 정보를 알 만한 위치에 있는지 등에 대한 정보를 제공하는 것이다(이니언, 2018). 이에 본 연구에서는 익명 취재원을 사용한 뉴스의 경우 해당 취재원에 대해 설명했는지를 분석했다. 뉴스에 등장한 전체 익명 취재원 중 해당 취재원에 대한 설명(예를 들어, “해당 모임에 참석했던”, “증언을 들은”, “김 모 씨에 대해 잘 알고 있는” 등)을 확인한 뒤, '있음(=1)'과

‘없음(=0)’에 각각 코딩했다.

4) 코딩 절차 및 코더 간 신뢰도 산출

연구자를 포함해 코딩 경험이 있는 언론학 전공 대학원생 1명이 참여해 총 2명이 코딩에 참여했다. 본격적인 코딩이 시작되기 전 약 2주일간 조작적 정의 설명과 기초적인 코딩 훈련이 진행됐고, 이 과정에서 코드북에 대한 수정이 지속적으로 이루어졌다. 코더 훈련이 완료된 후, 전체 분석 대상의 약 10%인 105개의 뉴스를 무작위 추출해 코더 간 신뢰도(inter-coder reliability)를 측정했다. 코더 간 신뢰도 계수로는 명목, 서열, 등간, 비율척도의 신뢰도 계산에 모두 활용될 수 있는 크리펜도르프 알파(Krippendorff's alpha)를 사용했다. 코더 간 신뢰도 계수는 <Table 4>와 같다.

Table 4. Results of Inter-coder Reliability

Variables		Inter-coder Reliability
News values	Timeliness	.883
	Prominence	.912
	Impact	.921
	Usefulness	.892
	Conflict	.862
	Negativity	.818
	Interest	.876
	Novelty	.978
	Proximity	.984
	News topics	.814
	News characteristics	.826
	News structures	.734
	News types	.746
	Information forms	.795
	Total number of news sources	.781
	Types of news sources	.812
	Viewpoint diversity	.768
	News Analytics	.864
	News depth	.868
	Total number of transparent sources	.819
	Total number of anonymous sources	.802
	Explanations for anonymous sources	.921

4. 연구결과

1) 큐레이팅 뉴스의 내용적 특성

〈연구문제 1〉에서는 큐레이팅 뉴스의 내용적 특성(뉴스 가치, 뉴스 주제, 뉴스 성격)을 알아보고자 했다. 다양한 사회적 현상 중 어떤 것을 선택해서 뉴스로 보도할 것인가를 결정하는 뉴스 가치를 분석한 결과(〈Table 5〉 참조), 큐레이팅 뉴스에서 가장 높은 비율을 보인 것은 시의성(86.4%)으로 나타났다. 그 다음으로 근접성(80.9%), 흥미성(77.2%) 순으로 높은 비율을 보였다. 반면 갈등성(21.5%)과 유용성(20.6%)은 낮은 비율로 나타났고, 진귀성(8.4%)은 소수의 뉴스 게시물에만 포함되었다.

Table 5. Frequency Analysis of News Values in Curating News

Variables		Present (%)	Absent (%)
News values (N = 1,051)	Timeliness	86.4	13.6
	Proximity	80.9	19.1
	Interest	77.2	22.8
	Prominence	66.9	33.1
	Impact	52.5	47.5
	Negativity	28.5	71.5
	Conflict	21.5	78.5
	Usefulness	20.6	79.4
	Novelty	8.4	91.6

Note. We analyzed each news values as a variable.

큐레이팅 뉴스에서 가장 비중 있게 보도된 주제를 분석한 결과, 〈Table 6〉에서 알 수 있듯이 방송·연예, 스포츠 등이 포함된 문화 관련 이슈를 다루는 뉴스가 42.9%(451건)로 가장 많았다. 뒤이어 생활정보 및 인간적 흥미를 다룬 기사가 19.5%(205건), 사회가 18.0%(189건), 정치가 8.7%(91건) 순서로 나타났다. 반면 경제 관련 보도를 다루는 비중은 1.1%(12건)로 가장 낮게 나타났다.

아울러 큐레이팅 뉴스의 또 다른 내용적 특성인 뉴스의 성격을 살펴봤다. 분석 결과, 총 1,051건의 뉴스 가운데 78.4%(824건)가 연성 뉴스이고, 경성 뉴스는 소수(21.6%)에 그쳤다.

Table 6. Frequency Analysis of News Topics and News Characteristics in Curating News

Variables		%
News topics	Culture	42.9
	Other	19.5
	Society	18.0
	Politics	8.7
	International	8.0
	IT-Science	1.8
	Economy	1.1
	Total	100.0%(N = 1,051)
News characteristics	Soft news	78.4
	Hard news	21.6
	Total	100.0%(N = 1,051)

2) 큐레이팅 뉴스의 형식적 특성

〈연구문제 2〉는 큐레이팅 뉴스의 형식적 특성(뉴스 구조, 뉴스 유형, 정보 형태)을 확인하고자 했다. 뉴스 구조를 분석한 결과(〈Table 7〉 참조), 큐레이팅 뉴스는 역피라미드 구조를 67.7%(712건)로 가장 많이 활용하고 있었다. 이는 큐레이팅 뉴스가 대체로 핵심이 되는 내용을 앞에 서술하고, 이어 차례로 중요한 내용을 보도하고 있음을 보여준다. 이에 반해 피라미드 구조의 뉴스는 21.7%(228건), 내러티브 구조의 뉴스는 9.8%(103건)만이 보도되고 있었다.

큐레이팅 뉴스의 유형을 살펴본 결과(〈Table 7〉 참조), 사실적 정보를 토대로 육하원칙에 근거해 작성되는 형식인 스트레이트 뉴스가 84.8%(891건)를 차지한 것으로 나타났다. 반면에 해설·분석 뉴스는 13.5%(142건)에 그쳤다. 스트레이트와 해설·분석 뉴스 유형에 속하지 않는 기타는 1.7%(18건)이었다.

큐레이팅 뉴스가 작성될 때 활용되는 정보 형태를 분석한 결과(〈Table 7〉 참조), 이미 공개되어 있는 정보를 활용한 뉴스가 84.3%(886건)로 가장 많았으며, 뒤이어 재가공 정보가 13.8%(145건)를 차지했다. 반면, 기획이나 탐사를 통해 독창성을 확보할 수 있는 단독 개발의 정보를 활용한 뉴스는 1.9%(20건)에 불과했으며, 단독 입수한 정보를 활용해 제작한 뉴스는 없는 것으로 나타났다.

Table 7. Frequency Analysis of News Structures, News Types, and Information Forms in Curating News

Variables		%
News structures	Inverted pyramid	67.7
	Pyramid	21.7
	Narrative	9.8
	Other	0.8
	Total	100.0%(N = 1,051)
News types	Straight	84.8
	Commentary·Analysis	13.5
	Other	1.7
	Total	100.0%(N = 1,051)
Information forms	Publicly disclosed information	84.3
	Reproducing information	13.8
	Exclusive development information	1.9
	Exclusive acquisition information	0.0
	Other	0.0
	Total	100.0%(N = 1,051)

3) 큐레이팅 뉴스의 품질: 공정성

〈연구문제 3〉은 큐레이팅 뉴스의 공정성을 객관성 차원과 불편부당성 차원의 특성으로 나누어 살펴보고자 했다. 객관성 차원에서는 전체 취재원 수와 취재원 유형을, 불편부당성 차원에서는 관점 다양성과 주제 다양성을 확인했다. 먼저, 큐레이팅 뉴스에 포함된 전체 취재원 수를 살펴본 결과, 평균적으로 뉴스에 활용된 취재원 수는 1.22(SD = .59)개에 불과했다. 전체 1,051개 뉴스 가운데, 대부분의 뉴스는 최소 1개에서 최대 5개까지의 취재원을 활용하고 있었다. 구체적으로, 취재원이 1개인 뉴스가 75.9%(798개)로 가장 많았다. 뒤이어 취재원이 2개인 뉴스는 17.9%(188개), 3개는 2.2%(23개), 4개는 0.6%(6개), 5개는 0.3%(3개)로 나타났다. 33개 뉴스에서는 취재원이 없었다.

취재원 유형을 분석한 결과(〈Table 8〉 참조), 자료 취재원에 대한 의존도가 57.7%로 가장 높았으며, 그 뒤를 정부(14.4%)와 기타(8.4%) 유형이 따랐다. 반면 시민사회단체(1.4%)를 취재원으로 활용하는 경우는 소수에 불과했다.

Table 8. Frequency Analysis of Types of News Sources in Curating News

Variable		%
Types of news sources	Material Sources	57.7
	Governments	14.4
	Other	8.4
	Citizens	6.2
	Organizations/Institutions	5.2
	Politicians	3.8
	Experts	2.9
	Civil society organizations	1.4
	Total	100.0%(N = 1,282)

Note. We only analyzed up to five types of news sources in the order they were mentioned in the news.

뉴스가 다루는 사안이나 이슈에 대한 취재원의 입장을 나타내는 관점이 큐레이팅 뉴스에서 얼마나 다양하게 나타나는지 분석한 결과(〈Table 9〉 참조), 완전히 단일 관점이 80.5%(846건)로 가장 높게 나타났다. 대체로 단일 관점은 14.3%(150건), 복합적 관점은 5.2%(55건)이었다.

Table 9. Frequency Analysis of Viewpoint Diversity in Curating News

Variable		%
Viewpoint diversity	Completely single viewpoint	80.5
	Mostly single viewpoint	14.3
	Multiple viewpoints	5.2
	Total	100.0%(N = 1,051)

큐레이팅 뉴스의 주제 다양성은 HHI를 산출해 확인했다. 〈Table 6〉에서 분석한 각 뉴스 주제의 비율(%)을 제공해 합산한 결과, 큐레이팅 뉴스의 주제 다양성 지수는 2688.8로 나타났다. 다양성 분석에서 HHI가 1,800 이상이 되면 다양성이 낮은 것으로 판단하는데, 큐레이팅 뉴스의 주제 다양성 수치는 이를 훨씬 뛰어넘는 것으로 나타났다. 이는 큐레이팅 뉴스가 특정 주제에 지나치게 편중되어 폭넓은 뉴스 주제를 다루지 않고 있어 다양성이 매우 낮은 상태임을 보여 준다.

4) 큐레이팅 뉴스의 품질: 심층성

〈연구문제 4〉에서는 큐레이팅 뉴스의 심층성을 전문성 차원과 투명성 차원의 특성으로 나누어 분석하고자 했다. 본 연구에서는 뉴스 분석력의 경우 보도하는 사안의 과정과 결과뿐만 아니라 원인 및 전망이 기술된 경우를 분석력이 높은 뉴스라고 바라봤다. 분석 결과(〈Table 10〉 참조), 과정과 결과 그리고 원인과 전망 모두가 포함된 뉴스는 3.6%(38건)을 차지했다. 이에 반해 사안의 과정과 결과만 있는 뉴스가 82.1%(863건)로 대부분을 차지했다. 과정과 결과와 함께 원인 또는 전망이 포함된 뉴스는 각각 10.4%(109건), 3.9%(41건)인 것으로 나타났다.

뉴스의 깊이를 살펴본 결과(〈Table 10〉 참조), 인터뷰, 보도 자료, 기자간담회 등과 같은 의사사건과 자생적으로 발생한 사건의 과정과 결과만을 보도한 이벤트 중심의 뉴스가 83.8%(881건)로 대부분을 차지했다. 발생한 사안의 의미, 원인, 향후 대책 등에 대해 보도한 분석 중심의 뉴스는 14.3%(150건)였으며, 기타는 1.9%(20건)이었다.

Table 10. Frequency Analysis of News Analytics and News Depth in Curating News

Variables		%
News analytics	Process·Result	82.1
	Cause+Process·Result	10.4
	Process·Result+Prospect	3.9
	Cause+Process·Result+Prospect	3.6
	Total	100.0%(N = 1,051)
News depth	Event-centered	83.8
	Analysis-centered	14.3
	Other	1.9
	Total	100.0%(N = 1,051)

투명 취재원과 익명 취재원을 확인한 결과(〈Table 11〉 참조), 평균적으로 큐레이팅 뉴스에 활용된 전체 투명 취재원 수는 0.98개, 익명 취재원 수는 0.24개였다. 구체적으로, 투명 취재원에서는 자료 취재원 수가 0.66개, 익명 취재원에서는 단체 취재원 수가 0.12개로 가장 많았다. 반면, 투명 취재원과 익명 취재원 모두에서 개인 취재원 수는 각각 0.11개, 0.05개로 가장 적었다.

Table 11. Total Number of Transparent and Anonymous Sources in Curating News

Variables		M(SD)
Total number of transparent sources (n = 1,031)	Number of transparent individual sources	0.11(0.39)
	Number of transparent group sources	0.22(0.48)
	Number of transparent material sources	0.66(0.51)
	Total number of transparent sources	0.98(0.54)
Total number of anonymous sources (n = 251)	Number of anonymous individual sources	0.05(0.28)
	Number of anonymous group sources	0.12(0.35)
	Number of anonymous material sources	0.07(0.26)
	Total number of anonymous sources	0.24(0.52)

마지막으로 익명 취재원에 대한 설명을 제공하는지 분석한 결과(〈Table 12〉 참조), 전체 251개의 익명 취재원 중 20.3%(51개)에서는 ‘현장에 있었던’, ‘A씨의 지인’ 등과 같은 익명 취재원의 경력, 경험 등의 정보를 제공하거나 익명 취재원에 대한 주장 및 행동 등의 설명이 제공된 것으로 나타났다. 익명 취재원에 대한 설명이 없는 경우는 79.7%(200개)이었다.

Table 12. Frequency Analysis of Explanations for Anonymous Sources in Curating News

Variable		%
Explanations for anonymous sources	Present	20.3
	Absent	79.7
	Total	100.0%(n = 251)

5. 결론

본 연구는 내용적, 형식적 차원에서 큐레이팅 뉴스의 특성을 확인하고, 뉴스의 품질 수준을 분석하기 위해 공정성과 심층성이 어떻게 구현되고 있는지 살펴봤다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 내용적 측면에서 큐레이팅 뉴스는 시의성, 근접성, 흥미성의 뉴스 가치를 중심으로 문화 관련 주제를 주로 다루는 가운데, 특히 방송과 연예, 스포츠 뉴스를 많이 보도했다. 더불어 경성 뉴스보다는 연성 뉴스를 더 많이 다루는 것으로 나타났다. 형식적 측면에서 큐레이팅 뉴스는 역피라미드 구조를 주로 활용하고 있었으며, 기자의 개인적 의견이 들어간 해설·분석 뉴스보다는

객관적 사실 중심으로 보도된 스트레이트 유형의 뉴스를 많이 보도하고 있었다. 또한 큐레이팅 뉴스가 작성될 때 주로 활용되는 정보 형태는 이미 공개되어 있는 정보인 경우가 가장 많았다. 공정성 측면에서 큐레이팅 뉴스의 전체 취재원 수는 평균적으로 1.22개였고, 가장 많이 활용된 취재원 유형은 타 언론사 보도 및 방송사 자료였다. 큐레이팅 뉴스의 절반 이상은 완전히 단일 관점의 뉴스를 전달하고 있었고, HHI 측정을 통해 주로 특정 보도의 주제에 편중되어 있음을 확인했다. 심층성 측면에서 큐레이팅 뉴스의 분석력은 과정과 결과만을 포함한 채 사안의 원인이나 전망과 같은 추가적인 주요 정보를 포함하지 않는 것으로 나타났다. 뉴스의 깊이 역시 사건 중심의 과정과 결과만을 보도하는 이벤트 중심의 뉴스가 대부분을 차지했다. 아울러 큐레이팅 뉴스는 익명 취재원보다 투명 취재원을 많이 활용하고 있었지만, 익명 취재원을 사용했을 경우 해당 취재원에 대한 설명이 뉴스에 제공되는 경우는 적었다.

이상의 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 큐레이팅 뉴스의 특징을 짚어볼 수 있다. 첫째, 큐레이팅 뉴스는 독자의 흥미나 감정적 반응을 유발하기 위해 특정 인물이나 이벤트를 중심으로 한 가벼운 주제를 다루는 연성화 경향이 강했다. 이는 기성 언론에서도 관찰되지만(한진만·설진아, 2001), 큐레이팅 뉴스에서는 더욱 가속화되기 쉽다. 이러한 현상은 큐레이팅 뉴스가 유통되는 소셜 미디어 플랫폼의 특성에서 파생된 결과로 보인다. 일반적으로 소셜 미디어는 인간적 흥미에 기반을 둔 공통적 관심사나 충격적인 내용이 포함된 뉴스일 경우 전파의 범위가 넓어진다(김관규·김진원, 2010), 개인이 중심이 되는 미디어적 성격과 소셜 미디어의 인터페이스가 심층적인 내용보다는 비교적 가벼운 콘텐츠를 다루기에 적합하다는 점(장병화·남상현, 2012) 등을 고려했을 때, 소셜 미디어 기반의 큐레이팅 뉴스는 본질적으로 연성적인 정보가 많을 수밖에 없다. 또한 10~20대의 젊은 세대는 감성적인 정보를 선호하기 때문에(박광순·안종목, 2006), 큐레이팅 뉴스 생산자들 역시 이들 연령대가 관심을 갖는 이슈를 중심으로 뉴스를 제작할 가능성이 높고, 이에 따라 큐레이팅 뉴스의 연성화 현상이 나타나고 있음을 짐작할 수 있다.

이러한 현상의 문제점은 중요하게 다루어져야 할 사회적 문제들이 간과되고, 공공적 성격의 뉴스가 사람들의 관심 영역에서 사라질 우려가 있다는 것이다(박주현, 2014). 특히 앞서 언급한 바와 같이 큐레이팅 뉴스의 주요 소비층이 젊은 층이기 때문에, 큐레이팅 뉴스 서비스는 앞으로도 젊은 독자층의 관심과 선호에 따라 더욱 감성적인 요소에 집중할 것으로 보이며, 우리 사회가 필요로 하는 뉴스를 덜 다룰 가능성이 있다. 이러한 경향은 디지털 미디어 환경에서 젊은 층에게 중요한 현안들과 다양한 이슈들에 대한 인식과 이해를 저해시킬 수 있으며, 식견 있는 미래 세대를 양성하는 데에도 위협을 줄 수 있다.

둘째, 큐레이팅 뉴스는 기존의 신문이나 방송 뉴스의 표준화 방식인 선형적이고 순차적으

로 나열되는 역피라미드 구조와 기자의 의견이나 해석을 배제하고 육하원칙에 따라 보도하는 스트레이트 유형의 뉴스를 가장 많이 활용했다. 이는 본 연구가 분석 대상으로 삼은 인스타그램에서의 큐레이팅 뉴스 역시 사람들에게 빠르게 정보를 전달하기 위해 역피라미드 구조와 스트레이트 유형의 뉴스를 활용한다는 점에서 기존의 전통적인 뉴스의 특징(고영철, 2015; 손승혜 외, 2011; 이민정·이진호, 2014)과 같은 맥락의 결과라고 분석된다. 그러나 인스타그램은 카드 뉴스 포맷으로 콘텐츠를 올리기에 적합한 형태인 데에 반해, 큐레이팅 뉴스 서비스들은 플랫폼에 대한 이해와 특별한 전략을 가지고 있지 않다는 점을 짐작해 볼 수 있다. 따라서 소셜 미디어라는 플랫폼을 통해 전달되는 뉴스가 일반적으로 이야기체의 내러티브 구조와 분석 등이 포함된 주관적 이야기체 형식으로 전개된다는 선행 연구(최민재·양승찬·이강형, 2013)의 논의와는 상반된다. 하지만 이러한 분석 결과만으로 큐레이팅 뉴스가 어떤 뉴스 구조와 유형을 활용해야 한다는 명확한 결론을 내리기는 어렵다. 다만 큐레이팅 뉴스를 제작하기 위해서는 역피라미드 구조와 스트레이트 유형의 뉴스 외에도 다양한 구조와 유형의 뉴스를 활용할 필요가 있다. 특히 이용자들의 선호와 취향에 맞게 맞춤형 콘텐츠 제공을 하는 소셜 미디어 플랫폼별로, 그 특성에 맞게 어떤 방식으로 정보를 구성하고 배치하는 것이 뉴스 내용을 전달하는 데에 도움이 될지 다각도로 고민해야 한다.

아울러 큐레이팅 뉴스 현장에서는 이미 공개되어 있는 정보, 특히 기성 언론이 제공한 뉴스를 기반으로 큐레이팅 뉴스를 작성하는 경향이 강했다. 이는 정보 발굴을 통해 독창성을 높이려는 노력이 충분히 이루어지지 않고 있다는 점을 보여준다. 동시에 이미 온라인에 게시된 뉴스를 약탈해 그대로 옮겨 놓는 것은 새로운 뉴스 상품을 ‘생산’하는 것이 아니라 기존의 상품을 새로운 플랫폼에 ‘공급’하는 것에 불과하다. 플랫폼만 다를 뿐 사실상 같은 뉴스나 마찬가지로이기 때문이다. 타 매체와 차별화된 보도 내용을 구성하지 않는 뉴스는 사회적 가치가 낮다. 생산자 입장에서 새로운 뉴스를 생산하지 않고, 동일한 뉴스를 재가공하여 반복 작업을 지속해야 한다는 점에서 가치 상승을 기대하기 어렵다. 이용자에게도 기존 뉴스의 반복으로 비취질 수 있기 때문에 가치가 점차 감소할 것으로 보인다(김사승, 2012).

셋째, 큐레이팅 뉴스에서 뉴스의 품질을 평가하기 위한 중요한 요소 중 하나인 공정성이 제대로 구현되고 있지 않았다. 일반적으로 취재원이 많고 다양할수록 여러 관점에서 하나의 사건이나 이슈를 다룰 수 있기 때문에, 하나의 뉴스에 다수의 취재원이 포함될수록 더 좋은 뉴스로 평가된다(김경모, 2018). 그러나 본 연구의 분석 결과, 전체적으로 큐레이팅 뉴스 한 개당 취재원 활용이 2개도 안 되는 것으로 나타났다. 이러한 결과에 대해서는 앞서 언급한 바와 같이 큐레이팅 뉴스가 다른 언론 보도의 내용을 직접 인용하거나 그대로 베껴 보도했을 가능성을 예상해 볼

수 있다. 다시 말해, 특정 언론 보도나 온라인 누리꾼들이 올린 정보 등을 활용해 약탈적 방식으로 뉴스 소재를 발굴하고, 이를 취재원으로 활용하는 사례가 빈번했다는 것이다. 이와 같은 취재 방식은 기자들이 직접적으로 취재원을 접촉하기보다는 포털 검색이나 소셜 미디어와 같은 온라인 모니터링에 상당 시간을 쏟게 될 수 있음을 의미한다. '디지털 순회 취재의 관행화'라고 하는 이러한 현상은 사실 검증 과정이 생략될 가능성이 높아 뉴스의 품질이 낮아지고, 여러 매체가 동일한 뉴스를 동시에 보도하게 하는 문제를 야기한다(유수정, 2021, 12쪽).

큐레이팅 뉴스가 이러한 관행으로 보도의 사안과 관련해 얼마나 다양한 관점을 제시할 수 있을지는 의문으로 남는다. 불가피하게 디지털 순회 취재를 하는 상황에서는 다양한 시각과 견해가 담긴 취재원을 활용해야 할 것이다. 이러한 관행화는 다양한 주제를 보도하는 데에 원천적인 어려움이 있다. 큐레이팅 뉴스 생산자들은 온라인을 통해 어떤 주제에 우선순위를 두어 뉴스를 다룰 것인지를 판단하는데, 그것을 결정하는 과정에서 이용자가 주목할 만한 흥미로운 이슈에 집중할 가능성이 있기 때문이다. 이는 일종의 보도 편식 및 파편화 현상을 부추길 수 있고, 장기적으로는 공동체성의 약화를 가져와 민주성을 제한하는 결과를 가져올 것으로 판단된다.

넷째, 큐레이팅 뉴스는 심층성 또한 확보하지 않는 경향을 보였다. 1차적으로 생산된 기존의 뉴스 스토리에 대한 해체와 재구성 과정을 통해 기획이나 해설 뉴스처럼 사건에 대한 깊이 있는 맥락을 제공하는 대신, 사건에 대한 과정과 결과만을 보고하는 피상적인 수준에서 머무르는 경우가 많았다. 이는 큐레이팅 뉴스가 기존의 저널리즘에 2차적 가공을 거쳐 맥락을 재구성해, 이슈가 생겨난 전후 맥락과 사실 관계를 보다 폭넓고 깊게 이해할 수 있도록 도움을 준다는 기존의 논의(김동윤, 2017; 김동윤·정아름, 2017)와는 차이가 있다. 이러한 맥락에서 기존 콘텐츠에 새로운 의미를 부여하는 '큐레이팅'이라는 본래의 의미가 오늘날 미디어 생태계에서 퇴색되고 있는 건 아닌지 고민이 필요해 보인다.

한편, 기존의 국내 일간지와 비교했을 때 투명 취재원 수는 별로 차이가 없었지만(김경모, 2018), 흥미롭게도 큐레이팅 뉴스에서 투명 취재원이 익명 취재원보다 많이 활용되었다는 점은 기존 전통 뉴스에서 활용된 취재원의 투명성을 분석한 선행 연구 결과(오해정·최지향, 2019; 이완수·박재영, 2013)와 일치하지 않았다. 이러한 결과에 대해 큐레이팅 뉴스가 활용한 뉴스 및 정보의 출처를 투명하게 밝힘으로써, 검증 가능하고 신뢰할 수 있는 보도를 위해 노력했다고 할 수 있다. 하지만 출처를 명확하게 표시했다더라도 다른 언론 보도를 짜깁기하는 것은 '출처 표시를 갖춘 짜깁기형 뉴스'에 해당하므로 또 다른 보도 문제를 야기한다. 사실관계를 직접 취재하지 않고 다른 언론 보도 등을 약탈적으로 그대로 가져다 쓰는 것은 뉴스의 신뢰성을 하락시키거나 한쪽의 입장에 치우쳐 현상을 편향적으로 보도할 가능성 있어 지양해야 한다.

지금까지의 논의를 종합했을 때, 소셜 미디어상의 큐레이팅 뉴스가 연성화되고 흥미 위주의 보도로 이용자들을 자극해 클릭을 유도하는 것은 더 큰 자극이라는 악순환 고리로 이어지게 만들어 저널리즘의 가치를 하락시킬 수 있다. 그리고 이 과정에서 무분별한 복제를 통해 큐레이팅 뉴스의 생산이 이루어진다면, 결국 국내 언론 환경 전반에 ‘악탈적 뉴스’라는 퇴행을 불러올 것이다.

이러한 문제에 대한 대안책은 크게 생산과 유통 그리고 소비 구조라는 측면에서 모색할 수 있다. 먼저, 생산 구조 측면에서 큐레이팅 뉴스의 취재 보도 관행의 변화가 시급하다. 이를 위해서는 선형적으로 큐레이팅 서비스 업체가 뉴스의 생산과 유통 시스템에 대한 투자를 활발히 하여, 양질의 콘텐츠를 생산하기 위한 현실적 여력과 기반을 마련할 필요가 있다. 벤치마킹을 할 수 있는 해외 사례로 〈버즈피드〉가 있다. 버즈피드는 뉴스를 비롯해 엔터테인먼트 콘텐츠를 만들어 유통하는 전문 서비스로 2006년도에 출범한 후, 전 세계에서 수백 명의 기자를 고용하고, 독자들이 원하는 뉴스를 전달하면서도 심층 취재와 탐사보도로 영역을 확대해 양질의 자체 제작 콘텐츠를 늘려갔다. 그 결과, 한때 기성 언론을 위협할 만큼 미국 저널리즘에 지각 변동을 일으키며 호평을 받은 바 있다(조선비즈, 2023). 하지만 안타깝게도 버즈피드는 수익 기대치를 충족시키지 못해 2023년 4월을 기점으로 뉴스 공급을 중단하였으나(조선비즈, 2023), 생산과 유통에 대한 투자와 혁신적인 취재 보도 방식은 본받을 만한 가치가 충분하다. 따라서 국내 큐레이팅 뉴스 업체도 양질의 콘텐츠를 제작하고 유지하는 데에 필요한 기반과 자원을 구축해 나가야 할 것이다.

뉴스 생산 구조 측면에 대한 이해를 바탕으로 뉴스가 유통되는 구조에 대해서도 심도 깊게 관찰할 필요가 있다. 이에 유통 구조 측면에서 멀티 플랫폼 전략을 고려해 볼 수 있다. 뉴스 콘텐츠의 변화 없이 플랫폼만 다각화하는 것은 해결책이 될 수 없다. 그러므로 다양한 매체나 플랫폼과 제휴를 통해 대안적 뉴스 플랫폼을 만들어 독자의 욕구와 필요 사이에서 가벼운 연성 뉴스와 공공적 성격의 뉴스 간의 균형을 맞출 필요가 있다. 그 첫 단계로 〈오마이뉴스〉나 〈프레시안〉 등의 디지털 뉴스와 양질의 콘텐츠를 지향하는 중소 규모 언론사들과의 협력을 통해 큐레이팅 뉴스를 만들어 나가는 방안을 생각해 볼 수 있다. 이러한 대안 플랫폼이 없다면 자본력을 갖춘 포털 사업자들이 그 공백을 차지하려 들 것이다(이광석, 2015).

큐레이팅 뉴스는 정보의 생산과 유통이 이용자 중심으로 이루어지는 소비 구조이기 때문에 생산과 유통 구조만을 변화시키는 것은 본질적인 방안이 될 수 없다. 이에 대한 해결책으로는 시민성 강화가 대안이 될 수 있다. 건전한 민주주의 사회에서 뉴스 이용자는 ‘정보를 가진 시민(informational citizen)’이 아니라 ‘정보로 자기 판단을 할 줄 아는 시민(informed citizen)’이 되어야 한다. 다양한 미디어를 통해 정보와 뉴스를 분석하고 평가하며 창의적인 생산과 사회

적 소통에 참여할 수 있는 능력(이숙정·양정애, 2017), 이른바 최근까지도 많이 논의되고 있는 미디어 리터러시(media literacy)의 필요성이 강조된다. 따라서 큐레이팅 뉴스 이용자들은 개인적 관심사에 부합한 뉴스뿐만 아니라 민주주의와 사회 공동체에 필요한 뉴스를 비판적으로 수용하는 소비자이면서 창의적이고 능동적으로 직접 뉴스를 제작하고 참여하는 생산자의 역할도 함께 해야 한다.

결국 큐레이팅 뉴스의 발전과 위상을 정립하기 위해서는 생산 구조, 유통 구조, 소비 구조라는 보다 복합적인 단계에서 해결책을 모색해야 한다. 하지만 저작권 문제는 여전히 중요한 문제로 남아있다. 큐레이팅을 통해 기존 뉴스 및 정보를 재정리하고 재편집하는 과정에서 뉴스의 저작권 침해는 심각한 문제이다. 어디까지를 큐레이팅으로 볼 것인지, 어느 정도까지 뉴스의 편집을 허용할 것인지 등은 여전히 해결해야 할 문제이다. 그러므로 저작권과 관련한 문제를 보완할 수 있는 법과 제도적 개선 방안을 마련해야 할 필요가 있다.

본 연구는 새로운 저널리즘의 양식으로 큐레이팅 뉴스가 대두되고 있는 현 상황에서, 현상적으로만 지지 혹은 비판되어 온 큐레이팅 뉴스의 특성과 품질을 살펴봤다는 점에서 학술적 의의가 있다. 이를 토대로 이후 큐레이팅 뉴스에 대한 연구를 진행하기 위한 중요한 선행 연구라는 의미를 가지며, 향후 이론적 논의를 정교하게 진행하는 기초 자료로 활용될 가치가 있다고 판단된다. 또한 본 연구는 큐레이팅 저널리즘의 발전을 위해 큐레이팅 뉴스가 나아가야 할 방향성을 제시한다는 점에서 실무적인 의의를 가진다. 이를 통해 뉴스 산업 내에서 큐레이팅 뉴스의 질적 개선과 함께 미디어 산업의 전문가들에게 도움이 되기를 기대한다.

본 연구의 한계와 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 먼저, 본 연구는 큐레이팅 뉴스 서비스인 〈인사이트〉와 〈위키트리〉만을 분석했기 때문에, 연구 결과를 일반화하기에 한계가 있다. 후속 연구에서 분석 대상을 확대하여 보다 포괄적으로 탐색한다면 더욱 의미 있는 논의를 만들어 낼 수 있을 것이다. 또한 소셜 미디어라는 플랫폼을 통해 유통되는 뉴스는 해당 플랫폼의 특성을 반영할 수밖에 없다는 점을 고려해, 큐레이팅 뉴스가 플랫폼에 따라 어떠한 다른 특성을 보이는지 비교 분석이 진행될 필요가 있다. 다음으로, 큐레이팅 뉴스의 특성과 품질의 기준을 기존 전통 뉴스에 활용된 것에서 빌려왔기 때문에, 큐레이팅 뉴스에만 적용될 수 있는 특화된 기준을 찾아내 활용하지 못했다는 점에서 도구적 한계가 있다. 이를 위해 큐레이팅 뉴스의 특성과 품질을 평가할 수 있는 새로운 측정 도구를 개발해 큐레이팅 뉴스만의 차별화된 가치를 더욱 명확하게 이해할 필요가 있다. 마지막으로, 국내 큐레이팅 뉴스의 관행을 진단할 수 있는 근거들과 그 관행의 문제점을 파악하고 시정할 수 있는 실천적인 대안을 마련하기 위해서는 근본적으로 그 문제가 비롯된 원인을 파악해야 한다. 따라서 후속 연구에서는 생산자 중심의 심층 인터뷰 등을

통해 큐레이팅 뉴스의 취재 및 보도 관행, 구조적 문제 등을 살펴볼 필요가 있다. 이러한 한계와 과제들이 후속 연구에서 보완되어, 국내 큐레이팅 저널리즘의 질적 제고를 위한 이론적 토대 구축에 기여할 수 있기를 기대한다.

References

- Baek, S. (1992). A study on the fairness of Korean newspaper coverage: A semiotic analysis of the coverage of the 'Chung prime minister's office assault case. *Korean Journal of Communication & Information*, 1, 181-246. [백선기 (1992). 한국 신문보도의 공정성에 관한 연구: '정총리서리 폭행사건' 보도에 관한 기호학적 분석을 중심으로. <한국언론정보학보>, 1호, 181-246.]
- Barnhurst, K. G., & Mutz, D. (1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4), 27-53.
- BBC (2010). *Editorial guidelines*. Retrieved 11/15/21 from <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines>
- Chang, B.-H., & Nam, S.-H. (2012). Social media and network journalism: Focusing on audiences' evaluations on journalism functions of social media. *Journal of Communication Science*, 12(4), 457-496. [장병희·남상현 (2012). 소셜미디어의 발전과 네트워크 저널리즘 전망: 소셜미디어의 저널리즘 기능에 대한 수용자의 평가를 중심으로. <언론과학연구>, 12권 4호, 457-496.]
- Charnley, M. V. (1966). *Reporting*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Cho, C. (2016). *Rhetoric for journalists*. Seoul: Communication Books. [조철래 (2016). <저널리스트를 위한 수사학>. 서울: 커뮤니케이션북스.]
- Cho, E., & Yu, S.-K. (2014). A study on the diversity of news coverage among TV channels: Focusing on the diversity of 'railway strike news coverage'. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(3), 433-461. [조은영·유세경 (2014). 종합편성 채널 도입과 방송 뉴스 보도의 다양성: 철도노조 파업 이슈에 대한 지상파 채널과 종합편성 채널 보도내용 분석을 중심으로. <한국언론학보>, 58권 3호, 433-461.]
- Cho, E.-H. (2012). News analysis about earthquake and nuclear crisis in Japan. *Journal of Social Science*, 23(1), 117-143. [조은희 (2012). 국내신문의 일본 대지진·원전사태 보도특성 연구. <사회과학연구>, 23권 1호, 117-143.]
- Cho, Y. (2014, June 7). *News curating: 'Stealing' or an alternative to news consumption?* MediaToday. Retrieved 11/18/21 from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=117024> [조윤희 (2014, 6, 7). 뉴스 큐레이팅, '도둑질'로 끝날까 뉴스소비의 대안될까. <미디어오늘>.]
- Choi, M., Yang, S., & Lee, K. (2013). *Journalism in the age of digital media: Issues and prospects*. Seoul: Korea Press Foundation. [최민재·양승찬·이강형 (2013). <디지털 미디어 시대의 저널리즘: 쟁점과

전망>. 서울: 한국언론진흥재단.]

Choi, Y. (1997). The softening of broadcast news: A necessary evil or an expedient?. *Journalism Review*, 22, 75-77. [최영목 (1997). 방송뉴스의 연성화, ‘필요악’인가 ‘편법’인가. <저널리즘 비평>, 22권, 75-77.]

ChosunBiz (2023, April 21). *US online media layoffs hit hard... 'BuzzFeed News' closes, 'Business Insider' cuts staff*. Retrieved 8/1/23 from https://biz.chosun.com/international/international_economy/2023/04/21/7QVYW5M3GBF4PCMLI43CLB3QFM/ [조선비즈 (2023, 4, 21). <美 온라인 매체 감원 한파... ‘버즈피드뉴스’ 문닫고 ‘비즈니스인사이드’는 감원>.]

Clark, R. P., & Scanlan, C. (2001). *America's best newspaper writing: A collection of ASNE prize winners*. New York: Bedford.

Connolly-Ahern, C., Ahern, L. A., & Bortree, D. S. (2009). The effectiveness of stratified constructed week sampling for content analysis of electronic news source archives: AP newswire, business wire, and Pr newswire. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(4), 862-883.

Fedler, F., Bender, J. R., Davenport, L., & Drager, M., W. (2005). *Reporting for the media*. New York: Oxford University.

Graber, D. A. (1984). *Processing the news: How people tame the information tide*. New York: Longman.

Han, G., Hong, W. Lee, I., Lee, J., Chae, Y., Lee, G., ... & Lim, B. (2021). *Contemporary society and the media* (revised 2018). Seoul: Communication Books. [한균태·홍원식·이인희·이종혁·채영길·이기형·이두황·이훈·이정교·박종민·이상원·정낙원·홍지아·임병국 (2021). <현대사회와 미디어> (2018년 개정판). 서울: 커뮤니케이션북스.]

Han, J.-M., & Seol, J.-A. (2001). Tabloidization of prime-time television news in Korea. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 15(3), 333-366. [한진만·설진아 (2001). 텔레비전 뉴스의 연성화에 관한 연구: KBS 1, MBC, SBS의 주시청시간대 뉴스를 중심으로. <한국방송학보>, 15권 3호, 333-366.]

Isaac, M. (2019). *Super pumped: The battle for Uber*. New York: W.W. Norton & Company.

Jang, H.-Y. (2001). Exploring the structure of media criticism: A network analysis of the problems in Korean newspaper reporting. *Korean Journal of Communication & Information*, 16, 108-135. [장하용 (2001). 언론보도와 비평의 구조: 신문보도의 비평에 대한 네트워크 분석. <한국언론정보학보>, 16호, 108-135.]

Jung, S.-Y., & Goo, J. (2010). A Study on diversity and duplication of Korean terrestrial television news:

- Focusing on content analysis of evening news program on KBS, MBC, SBS in 2009. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 24(5), 415-457. [정수영·구지혜 (2010). 지상파TV 뉴스의 다양성 및 중복성에 관한 연구: KBS, MBC, SBS의 2009년도 저녁 종합뉴스 프로그램의 내용분석을 중심으로. <한국방송학보>, 24권 5호, 415-457.]
- Jung, S.-Y., & Nam, S.-H. (2012). The study on non-reporting and exclusive coverage of general news program of terrestrial broadcasters: Focusing on news subject and news value. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 26(4), 265-309. [정수영·남상현 (2012). 지상파TV 3사 종합뉴스프로그램의 무보도와 단독보도 뉴스에 관한 연구: 뉴스 주제와 뉴스 가치를 중심으로. <한국방송학보>, 26권 4호, 265-309.]
- Jung, Y. B., & Kim, C.-W. (2017). A study on characteristics of university news coverages of local newspapers: Focusing on content analysis of daily newspapers in Jeju. *Tamla Culture*, 56, 301-337. [정용복·김치완 (2017). 지역신문의 대학보도 특성에 관한 연구: 제주지역 일간신문의 내용분석을 중심으로. <탐라문화>, 56호, 301-337.]
- Kang, M.-H. (2016). A comparative study on the news characteristics between over-the-air broadcasters and general programming channels. *Journal of Communication Science*, 16(1), 5-36. [강명현 (2016). 지상파와 중편채널의 뉴스특성 비교연구. <언론과학연구>, 16권 1호, 5-36.]
- Kang, M. K. (1989). Truth and totality in news: Toward a 'post-factual' conceptualization of news. *Journal of Communication Research*, 26, 85-111. [강명구 (1989). 脫事實의 시대에 있어 뉴스공정성의 개념 구성에 관한 연구. <언론정보연구>, 26집, 85-111.]
- Kang, T. Y., & Kwon, Y. S. (2000). *Study on fairness in broadcasting*. Seoul: Korea Broadcasting Commission. [강태영·권영설 (2000). <방송의 공정성에 관한 연구>. 서울: 방송위원회.]
- Kim, D., & Jeong, A. (2016). Deliberative effects of curating journalism as a channel of political conversation: Focused on opinion quality and political participation. *Speech & Communication*, 15(3), 175-204. [김동윤·정아름 (2016). 정치적 대화 채널로서 큐레이팅 저널리즘의 속의적 효과: 의견의 질과 정치참여에 미치는 영향을 중심으로. <스피치와 커뮤니케이션>, 15권 3호, 175-204.]
- Kim, D., & Jeong, A. (2017). Curating news uses and the perception of online and offline media attribution in terms of political efficacy. *Journal of Speech, Media and Communication Research*, 16(4), 147-183. [김동윤·정아름 (2017). 큐레이팅 뉴스 이용자가 견지하는 정치효능감이 뉴스 이용방식과 매체속성 지각에 미치는 영향. <한국소통학보>, 16권 4호, 147-183.]
- Kim, D.-Y. (2017). Who and how?: The exploratory analysis on users of curating news. *Journal of*

- Cybercommunication Academic Society*, 34(2), 5-37. [김동윤 (2017). 큐레이팅 뉴스 이용자에 대한 탐색적 분석: 뉴스 이용방식, 정치적 식견, 그리고 매체속성 지각의 차이를 중심으로. <사이버커뮤니케이션학보>, 34권 2호, 5-37.]
- Kim, D. Y. (2019). Curation news, individuality and political efficacy: Focused on the deliberative reading. *Journal of Communication Science*, 19(4), 44-77. [김동윤 (2019). 큐레이팅 뉴스와 개인성 그리고 정치효능감: '숙독'의 숙의적 효과를 중심으로. <언론과학연구>, 19권 4호, 44-77.]
- Kim, D. Y., Kim, Y. S., & Lee, H. J. (2018). What is the news curation?: Focusing on news perception and using behaviors. *Journal of Speech, Media and Communication Research*, 17(1), 113-135. [김동윤·김연식·이현주 (2018). 큐레이팅 뉴스란 무엇인가?: 뉴스 이용자의 '뉴스관'과 '이용행위'를 중심으로. <한국소통학보>, 17권 1호, 113-135.]
- Kim, E., & Oh, H.-K. (2019). Quality and ratings in the performances of TV news programs. *Journal of the Korea Contents Association*, 19(12), 249-258. [김유정·오현경 (2019). 지상파뉴스의 품질과 시청률의 상관관계에 대한 연구. <한국콘텐츠학회논문지>, 19권 12호, 249-258.]
- Kim, H. P. (2016). *The tech giants who rule our lives: From Alibaba's Jack Ma to Amazon's Jeff Bezos*. Seoul: History of People and Ideas. [김환표 (2016). <우리의 일상을 지배하는 IT 거인들: 알리바바의 마윈부터 아마존의 제프 베저스까지>. 서울: 인물과사상사.]
- Kim, J.-K., & Ha, J.-Y. (2015). Changes in news content structure and writing style of three Korean major daily newspapers: A comparison between 1995 to 2002 and 2003 to 2010. *Journalism & Communication*, 19(4), 5-33. [김진국·하주용 (2015). 포털 뉴스 유통 전후 일간지 문화면의 지면구조 비교 연구: 1995년~2010년 조선일보, 중앙일보, 경향신문을 중심으로. <언론학연구>, 19권 4호, 5-33.]
- Kim, K. (2018). What and how to evaluate article quality. In K. Kim, J. Park, J. Bae., N. Lee., & J. Lee (Eds.), *Quality Journalism* (pp. 49-69). Seoul: Ewha Womans University Press. [김경모 (2018). 기사 품질 평가의 대상과 방법. 김경모·박재영·배정근·이나연·이재경 (편), <기사의 품질> (49-69쪽). 서울: 이화여자대학교출판문화원.]
- Kim, K.-H. (2002). A study of reporting style in online news service by firm origin. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 16(1), 43-72. [김경희 (2002). 모회사의 속성에 따른 온라인뉴스의 기사구성방식에 관한 연구: 오프라인 기반 뉴스와 인터넷 기반 뉴스의 비교. <한국방송학보>, 16권 1호, 43-72.]
- Kim, K.-K., & Kim, J.-W. (2010). A study on differences of headlines types between newspapers and online

- news. *Journal of Communication Science*, 10(2), 39-72. [김관규·김진원 (2010). 인쇄신문과 인터넷신문의 기사 표제 차이에 관한 연구. <언론과학연구>, 10권 2호, 39-72.]
- Kim, K. S. (2013). Twitter users' views of news: Focusing on journalist roles, journalistic norms, and perceptions of journalistic authority. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 57(2), 154-184. [김균수 (2013). 트위터 이용자의 뉴스관: 기자 역할, 기자 규범 및 저널리즘 권위에 대한 인식을 중심으로. <한국언론학보>, 57권 2호, 154-184.]
- Kim, M. H. (2002). *Press sentence practice*. Seoul: Nanam. [김민환 (2002). <언론문장연습>. 서울: 나남.]
- Kim, S. (2012). *Journalism survival frame, conversation-ecology-strategy*. Seoul: Communication Books. [김사승 (2012). <저널리즘 생존 프레임, 대화·생태·전략>. 서울: 커뮤니케이션북스.]
- Kim, S., & Kim, D. (2020). A study of card news on Instagram. *Journal of Korea Multimedia Society*, 23(8), 1049-1058. [김새난슬·김동환 (2020). 인스타그램머블 카드뉴스 연구. <한국멀티미디어학회논문지>, 23권 8호, 1049-1058.]
- Kim, S.-E., & Lee, S.-G. (2008). Impartiality, pluralism and honesty: The concepts and principles of fair broadcasting in the UK and France. *Korean Journal of Broadcasting Research*, 67, 69-112. [김세은·이상길 (2008). 서유럽 방송의 공정성 원칙과 규제: ‘불편부당성’, ‘다원주의와 정직성’을 위한 영국과 프랑스의 사례. <방송연구>, 67호, 69-112.]
- Kim, W. (2013). Internet news media. In Korea Press Foundation Research Team (Ed.), *News media in South Korea 2013* (pp. 148-174). Seoul: Korea Press Foundation. [김위근 (2013). 인터넷 뉴스미디어. 한국언론진흥재단 연구팀 (편), <한국의 뉴스 미디어 2013> (148-174쪽). 서울: 한국언론진흥재단.]
- Kim, Y. (2003). *Hard news and soft news: The realities of their effects*. Seoul: Media Research Institute. [김예란 (2003). <경성뉴스와 여성뉴스, 그 효용의 실제>. 서울: 미디어연구소.]
- Kim, Y., & Jeong, J. (2014). *Social news distribution platforms: Social media and news consumption*. Seoul: Korea Press Foundation. [김영주·정재민 (2014). <소셜 뉴스 유통 플랫폼: 소셜 미디어와 뉴스 소비>. 서울: 한국언론진흥재단.]
- Kim, Y.-W. (2011). *The crisis of partisanship and social communication in South Korean media*. Korean Society for Journalism and Communication Studies Symposium Semina, 107-136. [김영욱 (2011). 한국 언론의 정파성과 사회적 소통의 위기. <한국언론학회 심포지움 및 세미나>, 107-136.]
- Kim, Y.-W., Jin, M., & Kang, S. (2014). *Quality in journalism: Criteria and models*. Seoul: Korea Press Foundation. [김영욱·진민정·강신규 (2014). <저널리즘의 품질: 평가기준과 모델>. 서울: 한국언론진흥재단.]

- Ko, Y.-C. (2015). A comparison of the way of composing news contents on the front pages of local newspapers that are being published in South Korea and the United States: Focus on the types of news articles, the forms of news writing, photos and infographic. *Journal of Communication Science*, 15(1), 5-47. [고영철 (2015). 한.미 지역일간지 1면 기사 콘텐츠의 구성방식 비교 분석: 기사의 유형, 구조, 내용 그리고 사진 및 인포그래픽 제시방법 등을 중심으로. <언론과학연구>, 15권 1호, 5-47.]
- Koh, Y.-S. (2007). An analysis of news reports about the scandals of the presidents' relatives and in-laws': A news frame approach. *Communication Theories*, 3(1), 156-196. [고영신 (2007). 정권의 성격변화와 언론보도: 대통령 친인척 비리보도의 뉴스프레임을 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 3권 1호, 156-196.]
- Korea Press Foundation. (2007). *Article format and content in Korean and the U.S. newspapers*. Seoul: Korea Press Foundation. [한국언론재단 (2007). <한.미 신문의 기사 형식과 내용>. 서울: 한국언론재단.]
- Korea Press Foundation. (2022). *2022 Survey of media audience*. Seoul: Korea Press Foundation. [한국언론진흥재단 (2022). <2022 언론수용자 조사>. 서울: 한국언론진흥재단.]
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2014). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Kweon, S. H. (2004). A study of news form in the internet media: Comparison news construction types in the online journalism. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 18(4), 306-357. [권상희 (2004). 인터넷미디어 뉴스형식(News Form) 연구: 온라인 저널리즘의 기사 구성방식 비교를 중심으로. <한국방송학보>, 18권 4호, 306-357.]
- Lee, C.-H., & Sohn, S.-H. (1999). Importance of television news items and their characteristics. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 44(1), 412-440. [이창현·손승혜 (1999). 뉴스 아이템의 특성에 따른 TV 뉴스의 중요도 차이. <한국언론학보>, 44권 1호, 412-440.]
- Lee, C. K. (2004). On the history and nature of 'due impartiality' standard in the British broadcast journalism. *Studies of Broadcasting Culture*, 16(2), 199-227. [이창근 (2004). '적절한 불편부당성'(due impartiality) 기준의 역사와 성격에 대하여. <방송문화연구>, 16권 2호, 199-227.]
- Lee, G. (2008). Comparison of Korean and American newspapers' front pages: Analysis of credibility and originality of stories with relation to information depth. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(5), 107-129. [이건호 (2008). 한.미 신문 기사의 심층성과 신뢰도 및 독창성 분석: 6개 한국 신문과 2개 미국 신문 1면 기사를 중심으로. <한국언론학보>, 52권 5호, 107-129.]

- Lee, G., & Jung, W.-K. (2008). Comparison of Korean and American newspapers' front pages: Analysis of sources based on the reporting areas and writing styles. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(4), 25-49. [이건호·정완규 (2008). 한국과 미국 신문의 1면 기사 비교: 취재 영역 및 보도 형태별 취재원 출현에 따른 심층성 분석. <한국언론학보>, 52권 4호, 25-49.]
- Lee, G.-H., & Jung, W.-K. (2009). Depth of news reporting and writing: Analysis of transparent sources, viewpoints, stakeholders in front page stories. *Ewha Journal of Social Sciences*, 21, 5-47. [이건호·정완규 (2009). 취재 영역 및 보도 형태별 뉴스 심층성 연구: 한.미 신문 1면 기사에 나타난 투명 취재원, 복합 관점, 이해 당사자 비교를 중심으로. <사회과학연구논총>, 21권, 5-47.]
- Lee, H.-S. (2017). Frame analysis of political news in social media: Focus on the keyword, "presidential election" in Wikitree. *Journal of Digital Convergence*, 15(2), 309-318. [이현숙 (2017). 소셜 미디어 정치 뉴스 프레임 분석: 위키트리 '대통령선거' 키워드를 중심으로. <디지털융복합연구>, 15권 2호, 309-318.]
- Lee, J. H., Jung, N., & Kim, S.-E. (2017). An analysis of broadcast news coverage on the 20th general election. *Korean Journal of Broadcasting & Telecommunications Research*, 97, 129-163. [이종혁·정낙원·김세은 (2017). 선거 방송의 평가 기준과 실제: 지상파와 종편의 제20대 총선 보도 전수 조사 분석. <방송통신연구>, 97호, 129-163.]
- Lee, J., & Park, J. (2010). The effects of market competition on Korean newspaper diversity. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(3), 301-325. [이진영·박재영 (2010). 한국 신문 보도의 다양성 연구: 한겨레 시장 진입 전후(1986~2005)를 중심으로. <한국언론학보>, 54권 3호, 301-325.]
- Lee, J. H., & Lee, D.-H. (2013). Exploratory study on the impact of news literacy self-efficacy on news content usage: Based on news consumers in 20s. *Journal of Korea Contents Association*, 13(8), 180-190. [이정훈·이두황 (2013). 뉴스 리터러시 자기 효능감의 뉴스콘텐츠 이용 영향에 대한 탐색적 연구: 20대 뉴스 소비자를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 13권 8호, 180-190.]
- Lee, J.-K. (2006). A comparison of the presidential news coverage: The Chosun Ilbo and the New York Times. *Media and Society*, 14(4), 37-69. [이재경 (2006). 한.미 신문의 대통령 취재관행 비교: 조선일보와 뉴욕타임스. <언론과 사회>, 14권 4호, 37-69.]
- Lee, J. R. (2015). Fairness in media journalism. *Journal of Political Criticism*, 17, 31-47. [이진로 (2015). 미디어에 있어서 공정성 문제. <정치와평론>, 17집, 31-47.]
- Lee, K.-S. (2015). Rethinking the right to culture in the digital age: The issues of copying culture and content

- curation. *Korean Journal of Communication & Information*, 74, 197-224. [이광석 (2015). 디지털 시대 문화 권리의 제고: 복제문화와 콘텐츠 큐레이션의 쟁점. <한국언론정보학보>, 74호, 197-224.]
- Lee, M. J., & Lee, G. (2014). Features of investigative news reporting and writing of daily newspapers: Study on the idea creativity and information depth of education-related articles. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(6), 64-89. [이민정·이건호 (2014). 중앙 일간지 탐사보도 특성 연구: 교육 관련 기획시리즈의 독창성 및 심층성을 중심으로. <한국언론학보>, 58권 6호, 64-89.]
- Lee, M.-K., & Kim, S.-J. (2006). A comparative analysis over news framing of the abolition of the family headship (*Haju*) system: Examining three major Korean dailies: Chosun, Kukmin, Hankyoreh. *Korean Journal of Communication & Information*, 34, 132-160. [이민규·김수정 (2006). 호주제 폐지에 대한 뉴스 프레임링 비교 연구: 조선일보, 국민일보, 한겨레신문을 중심으로. <한국언론정보학보>, 34호, 132-160.]
- Lee, N. Y. (2018). A content analysis of fact-checking of Korean news organizations in the 19th presidential election in South Korea: Based on principles of the international fact-checking network. *Journal of Communication Research*, 55(4), 99-138. [이나연 (2018). 한국 언론의 팩트체크: 19대 대통령선거에 서의 후보자 검증 기사를 중심으로. <언론정보연구>, 55권 4호, 99-138.]
- Lee, N. Y., Kim, C., & Kim, J. (2021). A study on the journalism practice of anonymous news sources of political news: A comparative analysis of Korean newspapers and the New York Times. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 65(3), 5-38. [이나연·김창숙·김지현 (2021). 정치 기사 익명 취재원 표기 관행: 미국 뉴욕타임스와 한국 주요 일간지 비교 연구. <한국언론학보>, 65권 3호, 5-38.]
- Lee, S.-J., & Yang, J. (2017). The effects of news literacy on communication and community competencies. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(6), 152-183. [이숙정·양정애 (2017). 뉴스 리터러시가 의사소통 역량과 공동체 역량에 미치는 영향. <한국방송학보>, 31권 6호, 152-183.]
- Lee, S.-R., & Yoon, Y.-M. (2012). The analysis about the softening of news in the smartphone: A case of internet front page and smartphone application news of Donga daily, The hankyore, Naver and Daum. *Journal of Communication Science*, 12(3), 330-354. [이상록·윤영민 (2012). 스마트폰 앱 뉴스의 연성화 분석: 동아닷컴, 인터넷한겨레, 네이버, 다음의 인터넷 사이트와 스마트폰 앱을 중심으로. <언론과학연구>, 12권 3호, 330-354.]

- Lee, W. (2019). *Customers search for news like this*. Seoul: Tarae. [이윅희 (2019). <고객은 이런 뉴스를 검색한다>. 서울: 타래.]
- Lee, W., & Park, J. (2013). Language and expression in broadcasting news: Focus on objectivity and fairness of news language. *Broadcasting & Communication*, 14(1), 5-46. [이완수·박재영 (2013). 방송뉴스의 언어와 표현: 뉴스언어의 객관성과 공정성을 중심으로. <방송과 커뮤니케이션>, 14권 1호, 5-46.]
- Lee, W.-S., Bae, J.-Y., & Im, B.-S. (2015). Structural analysis on the news components of the local newspaper: Focusing on the contents and forms of the Busan Ilbo. *Journal of Communication Science*, 15(3), 221-266. [이완수·배재영·임봉수 (2015). 지역신문 뉴스구성요소의 구조분석: 부산일보 기사의 형식과 내용을 중심으로. <언론과학연구>, 15권 3호, 221-266.]
- Lim, T. (1993). A discourse analysis study of fairness in television news. *Media and Society*, 1, 67-109. [임태섭 (1993). 텔레비전 뉴스의 공정성에 대한 담론분석 연구. <언론과 사회>, 1권, 67-109.]
- McQuail, D. (1986). From bias to objectivity and back. In T. McCormack (Ed.), *Studies in communication: A research manual* (pp. 1-36). Greenwich, CT: JAI Press.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. CA: Sage.
- Nam, J.-I., & Lee, G.-H. (2017). Korean journalists' perception of 'good journalism'. *Journal of Communication Science*, 17(2), 82-128. [남재일·이강형 (2017). '좋은 저널리즘'의 구성 요소에 대한 기자 인식 변화 추이. <언론과학연구>, 17권 2호, 82-128.]
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *Reuters institute digital news report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved 11/19/21 from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Oh, C. S. (2015). Three possibilities of design curating and their appearance backgrounds. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(1), 335-342. [오창섭 (2015). 디자인 큐레이팅의 세 가지 가능성과 그 출현 배경. <한국디자인문화학회지>, 21권 1호, 335-342.]
- Oh, H. J., & Choi, J. (2019). Effects of thematic and formal formats of public broadcasting news on the depth of news: A Comparison between <KBS News 9> and <BBC News at 10>. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(5), 152-189. [오해정·최지향 (2019). 한국 공영방송 TV 뉴스의 형식적, 내용적 도식에 따른 심층성 분석: KBS <9시뉴스>와 BBC <10시뉴스>의 비교를 중심으로. <한국언론학보>, 63권 5호, 152-189.]
- Oh, S., Park, A., & Choi, J. (2021). *Digital News Report 2021 Korea*. Seoul: Korea Press Foundation. [오세욱·박아란·최진호 (2021). <디지털 뉴스 리포트 2021 한국>. 서울: 한국언론진흥재단.]

- Pae, J. K. (2018). The study on card-news in the digital media environment: Definitions and characteristics. *The Journal of Image and Cultural Contents*, 14, 125-152. [배정근 (2018). 디지털 모바일 뉴스환경과 카드뉴스에 대한 연구: 카드 뉴스의 개념과 특성. <영상문화콘텐츠연구>, 14집, 125-152.]
- Park, C., & Min, Y. (2019). A comparative study of fact-checking news coverage between South Korea and the United States. *Asian Communication Research*, 16(3), 13-44.
- Park, J. (2014). *Agenda statements in internet journalism*. Seoul: Communication Books. [박주현 (2014). <인터넷 저널리즘에서 의제의 문제>. 서울: 커뮤니케이션북스.]
- Park, J. (2020). *News stories: The craft and effectiveness of narrative articles*. Seoul: Lee Chae. [박재영 (2020). <뉴스 스토리: 내러티브 기사의 작법과 효과>. 서울: 이채.]
- Park, J., Ahn, S., & Park, S. (2014). The diachronic change of election report in the coverage of the Korean presidential election since 1992. *Studies of Broadcasting Culture*, 26(2), 33-66. [박재영·안수찬·박성호 (2014). 대통령 선거 보도의 기사품질, 심층성, 공공성의 변화: 1992~2012년 국내 주요 신문의 경우. <방송문화연구>, 26권 2호, 33-66.]
- Park, J., & Lee, N. (2018). Evaluate the quality of an article: Focus on the quality of sources and information. In K. Kim, J. Park, J. Bae, N. Lee, & J. Lee (Eds.), *Quality Journalism* (pp. 81-164). Seoul: Ewha Womans University Press. [박재영·이나연 (2018). 기사의 품질 평가: 취재원과 정보의 질을 중심으로. 김경모·박재영·배정근·이나연·이재경 (편), <기사의 품질> (81-164쪽). 서울: 이화여자대학교출판문화원.]
- Park, J., & Lee, W. S. (2007). Quotation & attribution: A comparative study of Korean and U.S. newspapers. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 51(6), 439-468. [박재영·이완수 (2007). 인용(quotation)과 취재원 적시(attribution)에 대한 한미(韓美) 신문비교. <한국언론학보>, 51권 6호, 439-468.]
- Park, J., & Lee, W. S. (2008). Reporters and editors' attitudes toward the inverted pyramid and narrative writing style. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(6), 123-145. [박재영·이완수 (2008). 역피라미드 구조와 내러티브 스타일에 대한 기자와 에디터의 인식. <한국언론학보>, 52권 6호, 123-145.]
- Park, J. H. (2017). *Journalism without reporters*. Seoul: Communication Books. [박주현 (2017). <기자 없는 저널리즘>. 서울: 커뮤니케이션북스.]
- Park, J.-Y. (2005). The realization of fairness: What Munhwa Ilbo did for the fair coverage of the 2002 presidential election and how?. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 49(2),

- 167-195. [박재영 (2005). 공정성의 실천적 의미: 문화일보 2002년 대선(大選) 보도의 경우. <한국언론학보>, 49권 2호, 167-195.]
- Park, K.-S., & Ahn, J.-M. (2006). A Study on the characteristic of the portal site's front-page: Soft/hard news, sub-headline, hyperlink, source. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(6), 199-226. [박광순·안종목 (2006). 포털사이트 프론트(front)페이지 뉴스의 특성에 관한 연구: 연성/경성뉴스, 소재목, 하이퍼링크, 뉴스원을 중심으로. <한국언론학보>, 50권 6호, 199-226.]
- Park, K.-S., & Ahn, J.-M. (2015). Effect of the recommendation story in online journalism on the user's news selection. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 16(3), 1795-1805. [박광순·안종목 (2015). 온라인 저널리즘의 추천기사가 뉴스 이용자의 뉴스기사 선택에 미치는 영향. <한국산학기술학회논문지>, 16권 3호, 1795-1805.]
- Park, S. (2018). Reconstructing 'impartiality': Hearing, explaining, and questioning. *Journal of Communication Research*, 55(1), 119-160. [박성호 (2018). 공영방송 저널리즘을 위한 불편부당성 개념의 재구성: BBC의 '적절한 불편부당성'을 중심으로. <언론정보연구>, 55권 1호, 119-160.]
- Park, S., & Yoon, Y. (2016). News quality of reporting on investigation and trial: A Study on accuracy, depth, and impartiality of broadcasting news. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 30(4), 83-120. [박성호·윤영민 (2016). 방송 법조뉴스의 품질 연구: 정확성, 심층성, 불편부당성을 중심으로. <한국방송학보>, 30권 4호, 83-120.]
- Project for Excellence in Journalism. (2005). *The state of the news media: An annual report on American journalism*. The Pew Research Center. Retrieved 10/30/21 from <http://www.stateofthemedias.org/2005/>
- Rhee, J. W., & Kim, K. (2008). Textual properties of 'desirable news': Fairness, validity, and sincerity. *Korean Journal of Broadcasting & Telecommunications Research*, 67, 9-44. [이준웅·김경모 (2008). '바람직한 뉴스'의 구성조건: 공정성, 타당성, 진정성. <방송통신연구>, 67호, 9-44.]
- Rupar, V. (2006). How did you find that out? Transparency of the newsgathering process and the meaning of news: A case study of New Zealand journalism. *Journalism Studies*, 7(1), 127-143.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Cambridge: Harvard University Press.
- Seol, J. (2013). Research on article types and newsworthiness in social news. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 57(6), 149-175. [설진아 (2013). 소셜 뉴스의 기사유형 및 뉴스특성에 관한 연구. <한국언론학보>, 57권 6호, 149-175.]
- Seol, J. (2018). Millennial generation's mobile news consumption and the impact of social media. *Journal of Internet Computing and Services*, 19(4), 123-133. [설진아 (2018). 밀레니얼세대의 모바일 뉴스소비

와 소셜미디어의 영향. <인터넷정보학회논문지>, 19권 4호, 123-133.]

- Seol, J., & Namkoong, K. (2007). A study on the relationship between television news and diplomacy: A content analysis of six party talks news. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 21(4), 69-100. [설진아·남궁강 (2007). <6자 회담>에 관한 텔레비전 외교 뉴스의 정보원 분석. <한국방송학보>, 21권 4호, 69-100.]
- Shim, H. (2005). Topic and source diversity of the front page in the New York Times, Chicago Tribune and the Los Angeles Times from 1950 to 2000. *Korean Journal of Communication & Information*, 30, 175-282. [심훈 (2005). 20세기 하반기의 미 신문 1면 보도에 대한 다양성 분석: 뉴스 토픽과 정보원의 분포를 중심으로. <한국언론정보학보>, 30호, 175-282.]
- Shim, H. (2016). The comparison of news amount and the diversity in news topics, writing formats, and sources on the coverage of China between Korean and Japanese daily newspapers. *Media & Performing Arts*, 11(3), 9-34. [심훈 (2016). 한국과 일본 신문의 對中 기사 비교 연구: 보도 비중 및 보도 주제, 보도 양식 그리고 정보원의 다양성을 중심으로. <미디어와 공연예술 연구>, 11권 3호, 9-34.]
- Shim, J. C. (2003). A few thoughts on news values in an era of the digital media. *Korean Journal of Broadcasting & Telecommunications Research*, 56, 33-60. [심재철 (2003). 디지털 미디어시대의 뉴스가치에 관한 소론. <방송통신연구>, 56호, 33-60.]
- Shim, M.-S., & Kang, H.-R. (2013). A exploratory study on college students' evaluations of 19th general election news values not reported in terrestrial broadcasters but reported in internet media: Focusing on fairness concept of news. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 27(4), 85-130. [심미선·강혜란 (2013). 지상파 및 인터넷에서만 방영된 19대 총선 관련 뉴스에 대한 대학생 집단의 뉴스가치 평가에 대한 탐색적 연구: 뉴스 공정성 개념을 중심으로. <한국방송학보>, 27권 4호, 85-130.]
- Shoemaker, P. J., Danielian, L. H., & Brendlinger, N. (1991). Deviant acts, risky business and U.S. interests: The newsworthiness of world events. *Journalism Quarterly*, 68(4), 781-795.
- Sohn, S., Hwang, H., & Jang, Y. (2011). An analysis of Korean media's education reporting and news values. *MEDIA & EDUCATION*, 1(1), 115-145. [손승혜·황하성·장윤재 (2011). 한국 언론의 교육보도 특성과 뉴스 가치 분석. <미디어와 교육>, 1권 1호, 115-145.]
- Song, Y. (2007). A study on the Korean newspapers' objectifying strategies. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 51(1), 229-251. [송용희 (2007). 언론의 현실해석과 객관화 담론전략. [조

- 선일보] 와 [한겨레]의 2004년 국가보안법 개폐논쟁 관련 해설 기사를 중심으로. <한국언론학보>, 51권 1호, 229-251.]
- Spurk, C., Lopata, S., & Keel, G. (2010). Measuring the 'democratic' quality of radio news: Experiences from Liberia. *Journal of African Media Studies*, 2(2), 173-192.
- Sung, W.-J. (2012). A meta-analysis of media diversity studies: Concept and approach. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 79, 101-139. [성육제 (2012). 국내 미디어 다양성 연구에 대한 메타분석: 미디어 다양성에 대한 개념 및 접근방식을 중심으로. <방송통신연구>, 79호, 101-139.]
- Westerståhl, J. (1983). Objective news reporting. *Communication Research*, 10(3), 403-424.
- Won, H., & Youn, S. (2015). A content analysis on the fairness of the main news of Korean general programming TV stations: Centered around main news during the 18th pre-presidential election period. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 29(1), 117-148. [원희영·윤석민 (2015). 종합편성채널의 보도 공정성에 관한 연구: 제18대 대통령 선거에 대한 메인 뉴스 분석을 중심으로. <한국방송학보>, 29권 1호, 117-148.]
- Yang, J. (2011). News story salience and users' selective exposure: Effects of popularity indications on online news exposure. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 25(2), 77-117. [양정애 (2011). 뉴스 기사의 현저성과 이용자의 선택적 노출: 온라인 뉴스의 '인기기사' 추천 효과. <한국방송학보>, 25권 2호, 77-117.]
- Yoo, S. (2018). Research on the composition and diversity changes of the main news programs' news topic at the initial introduction of general programming cable channels. *Journal of Korea Contents Association*, 18(10), 53-64. [유수정 (2018). 종편 출범 초기의 지상파와 종편 메인뉴스의 주제 구성 및 다양성 변화에 대한 연구. <한국콘텐츠학회논문지>, 18권 10호, 53-64.]
- Yoo, S. (2021). A study on the quotation of social media news source. *Media, Gender & Culture*, 36(3), 5-46. [유수정 (2021). 소셜미디어 취재원 인용에 대한 연구. <미디어, 젠더 & 문화>, 36권 3호, 5-46.]
- Yoo, S., & Lee, G. (2020). A study on the quality of exclusive coverage in the broadcasting news. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 34(3), 174-210. [유수정·이건호 (2020). 방송뉴스의 단독 보도 품질 연구. <한국방송학보>, 34권 3호, 174-210.]
- Yoo, S. Y., & Lee, O. H. (2001). *The new newspaper article style: Limitations and alternatives to the inverted pyramid style*. Seoul: Korea Press Foundation. [유선영·이오현 (2001). <새로운 신문 기사

스타일: 역피라미드형 스타일의 한계와 대안>. 서울: 한국언론재단.]

Yoon, H. Y., Kil, W. Y., & Lee, J. H. (2017). The relationship between news media repertoire and users' interest in multiple news topics: Focusing on news topic network. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(1), 107-148. [윤호영·길우영·이종혁 (2017). 다중미디어 시대의 뉴스 미디어 레퍼토리와 주제 관심도 관계 분석: 뉴스 주제 연결망 분석을 중심으로. <한국방송학보>, 31권 1호, 107-148.]

Yoon, Y. (2019). *Introduction to media content analysis*. Seoul: Communication Books. [윤영민 (2019). <미디어 내용분석 입문>. 서울: 커뮤니케이션북스.]

Yoon, Y.-K., & Cho, I.-H. (2017). A study on the change of news value measurement factors by media platform diversification. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 11(8), 57-68. [윤여광·조인희 (2017). 미디어 플랫폼 다양화에 따른 뉴스가치 측정 요소의 변화 연구. <한국엔터테인먼트산업학회논문지>, 11권 8호, 57-68.]

최초 투고일 2023년 04월 14일

게재 확정일 2023년 09월 22일

논문 수정일 2023년 10월 04일