



2011. 11. 30.

## 글로벌 뉴스 트렌드 분석

- 6개국 저녁 메인 뉴스 프로그램 비교 -

- I. 분석개요 및 기존연구 검토
- II. 6개 국가 지상파방송의 저녁 메인 뉴스 현황
- III. 뉴스 프로그램의 보도시간 · 보도형식 · 보도주제
- IV. 분석결과 요약 및 시사점

KOCCA  
FOCUS

작성 : 윤호진 / 한국콘텐츠진흥원 정책연구팀장, [hjyoon@kocca.kr](mailto:hjyoon@kocca.kr)

## 요약

- 이 글에서는 총 6개 국가(미국, 영국, 독일, 일본, 중국, 한국)의 7개 저녁 메인뉴스 프로그램을 대상으로 전반적인 트렌드 분석과 다각적인 내용분석을 병행했고, 기존연구의 분석결과와 비교하여, 통시적인 변화 추이를 진단
- 먼저 보도건수를 살펴본 결과, KBS가 하루 평균 31.75건을 보도하여 가장 많았고, SBS와 CCTV가 그 뒤를 이었으며, ARD가 9.50건, NBC가 9.13건을 기록하여 하루에 평균적으로 10건 미만의 아이টে임을 보도하고 있음을 확인
  - 이 수치를 1999년의 조사결과와 비교해보면, KBS는 34.43건에서 31.75건으로 다소 감소한 반면, SBS는 23.50건에서 25.63건으로 소폭 증가
  - 매일 저녁 메인 뉴스 프로그램에서 다양한 뉴스정보를 제공한다는 사실 자체는 바람직하지만, 사안의 경중에 따라 심층분석과 단신보도를 적절하게 편집하여 방송한다면 시청자들이 시사적인 안목을 기르는데 한결 도움이 될 수 있을 것임
- 보도시간에서 NHK가 254.67초를 기록하여 1개의 아이টে임을 평균 4분 이상 보도했고, BBC가 133.40초, NBC가 110.55초를 각각 기록하여 그 뒤를 이음. 이에 비해 KBS는 88.80초, SBS는 91.27초를 각각 기록하여 아이টে임 1건당 1분 30초 정도를 할애한 것으로 조사됨
  - 기존 연구결과와 비교해보면, 1999년부터 2011년 사이에 KBS의 아이টে임 당 평균 보도시간이 11초 이상 증가
  - 포털사이트를 통해 뉴스속보가 제공하고 있는 디지털 미디어 환경에서 KBS가 아이টে임당 평균 보도시간 증가를 통해 심층뉴스를 강화한 것은 바람직한 변화이지만, 공영방송에 걸맞은 환경감시 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다는 비판도 제기
- 영상 컷 수를 비교한 결과, KBS가 4,881컷, SBS가 3,825컷, NHK가 3,683컷을 각각 기록하여 다른 방송사 뉴스 프로그램보다 월등히 많은 영상을 제공
  - 2004년의 분석결과와 비교해보면, KBS와 SBS는 전체 영상 컷 수는 제일 많았지만, 방송시간을 감안한 평균 영상 컷 수에서는 7개 국가 뉴스 프로그램 중에서 평균 수치를 기록
  - 한국의 방송뉴스는 많은 영상으로 편집되어 있으며 CG 등 첨단 영상기법 역시 자주 활용되고 있음. 이는 다양한 정보를 소개하고 재미있는 볼거리를 제공한다는 점에서 여타 뉴스 프로그램에 비해 높은 완성도를 지녔다고 평가할 수 있음
  - 다만 뉴스보도의 양대 가치라 할 수 있는 속보성, 즉 신속한 정보제공과 심층성 즉, 맥락을 파헤치는 심층취재가 적절히 조화될 수 있도록 항상 균형감각을 잃지 말아야 할 것임
- 뉴스 진행시 앵커의 역할을 확인한 결과, KBS는 분석기간 동안 남녀 앵커가 정확히 같은 숫자의 아이টে임을 보도했으며, SBS는 여성이 진행한 아이টে임이 약간 많음

- 2004년 조사에서, KBS의 경우, 남성 앵커가 57.4%, 여성 앵커가 42.6%를 담당한 것과 상이. 스트레이트 보도와 심층보도에 있어 남녀 앵커의 역할이 차별성을 보였던 것도 사라져 현재는 별다른 구분 없이 진행
- 이처럼 국내 뉴스 프로그램에서 남녀 앵커의 역할 차별성이 없어진 것은 매우 바람직스러운 현상이라고 평가할 수 있지만, 근본적으로 남자 진행자는 베테랑 기자 출신이 담당하고, 여자 진행자는 미모의 젊은 아나운서가 맡는 캐스팅 구조가 개선될 필요가 있음
- 남성이든 여성이든 저녁 메인뉴스의 진행자는 취재기자로서 잔뼈가 굵고 저널리스트로서의 경륜을 인정받을 만한 전문가가 진행하는 것이 바람직
- 뉴스 보도의 주요 행위자를 확인한 결과, 공통적으로 공무원과 일반 시민이 다수를 차지. NBC를 제외한 6개국 저녁 메인뉴스에서 공무원이 3순위 이내로 자주 등장했고, 역시 ARD를 제외한 6개국 저녁 메인뉴스에서 일반시민이 3순위 이내를 기록
  - 1999년 조사결과와 비교해보면, 당시 한국의 뉴스보도에서 가장 등장빈도가 높았던 행위자들이 일반시민-기타-공무원 순으로 나타나, 이번 조사결과인 공무원-일반시민-기타와 크게 다르지 않음
  - 공무원의 비중이 높은 것은 한국 사회에서 정부 등 고위관료 집단이 가장 많은 정보를 제공하면서 뉴스에 대한 접근성이 높으며, 언론 역시 이들에게 크게 의존하고 있음을 반증
- 마지막으로 인터넷 서비스를 확인 결과, KBS, SBS, BBC, CCTV는 모든 보도영상과 기사 스크립트 전체를 인터넷에서 확인할 수 있으며, ARD는 영상만을 100% 제공. NBC는 영상과 기사가 모두 제공되는 것이 49.3%, 영상만 제공되는 것이 47.9%
  - 따라서 저녁 메인뉴스를 인터넷을 통해 완벽하게 다시보기 서비스하고 있는 방송사는 한국의 KBS와 SBS, 영국의 BBC, 중국의 CCTV 등 4개 방송사
  - 디지털 저널리즘의 조건이라고 할 수 있는 인터넷 VOD 서비스와 댓글기능 등을 한국의 방송사들은 비교적 충실히 준비했다고 평가할 만함

## I. 분석개요 및 기존연구 검토

### □ 분석개요

○ 이번 연구에서는 기존연구의 분석 틀을 유지하되, 독일과 중국의 뉴스보도를 추가하여 글로벌 뉴스분석의 범위를 확대했고, 인터넷뉴스 활용도 등을 살펴봄으로써, 디지털 미디어 시대를 맞이한 각국 저녁 메인뉴스의 변화상을 진단

\* 이 연구는 한국언론진흥재단의 지원으로 수행한 <방송뉴스의 국제 비교 연구>(백선기, 윤호진, 최경진)에서 본 연구자가 작성한 부분을 수정, 보완한 것임

○ 따라서 이 글에서는 총 6개 국가(미국, 영국, 독일, 일본, 중국, 한국)의 7개 저녁 메인 뉴스 프로그램을 대상으로 전반적인 트렌드 분석과 다각적인 내용분석을 병행. 또한 기존 분석결과를 비교하여, 통시적인 변화 추이를 진단

- 분석기간은 2011년 5월 30일(월)부터 6월 24일(금)까지 4주이고, 매주 요일을 달리하여(예컨대, 첫째 주는 월요일과 화요일, 둘째 주는 화요일과 수요일, 셋째 주는 수요일과 목요일과 같은 방식으로 선정) 총 8일을 분석

\* 국가별 뉴스 현황 파악과 TV 프로그램 분석을 위해 국내외 전문가 활용. 구체적으로 미국은 KOCCA 미국사무소와 이경락 연구원(성균관대 언론학 박사과정), 영국은 전원경 연구원(글라스고대학 문화정책학 박사과정), 독일은 김세한 연구원(만하임대학 커뮤니케이션학 박사과정), 일본은 KOCCA 일본사무소와 이경락 연구원, 중국은 안정아 연구원(베이징대 언론학 박사과정), 한국은 이숙영 연구원(서강대 신문방송학 석사과정)이 각각 담당

- 분석단위는 뉴스보도 각 아이템이고, 별도 프로그램으로 제작되는 스포츠나 기상뉴스를 제외한 일반 기사들이 분석대상. 분석항목은 보도시간, 보도순서, 영상 컷 수, 그래픽 화면 수, 보도방식, 구성방식, 소개멘트, 진행방식, 제시방식, 인터뷰 길이, 보도주제, 보도의 주요 행위자, 인터넷 서비스 제공 여부 등

[표 1] 분석대상 국가-방송사-뉴스 프로그램

국가	방송사	방송시간(평일)	뉴스 프로그램
미국	NBC	18:30~19:00	<Nightly News>
영국	BBC	22:00~22:35	<10 o'clock News>
독일	ARD	20:00~20:15	<타게스사우(Tagesschau)>
일본	NHK	21:00~22:00	<뉴스워치 9>
중국	CCTV	19:00~19:30	<신문연보>
한국	KBS	21:00~22:00	<뉴스 9>
	SBS	20:00~20:40	<SBS 8 뉴스>

## □ TV 뉴스에 관한 기존연구 검토

- TV 뉴스를 분석하여 그 의미를 진단하는 작업은 1990년대부터 지속적으로 진행되어 왔는데, 여기에서는 한국언론재단과 한국방송영상산업진흥원의 연구내용을 중심으로 살펴보고자 함
- <TV 저널리즘과 뉴스가치>(한국언론재단, 1999)
  - 한국언론재단에서는 1999년 3월 15일부터 6월 27일까지 지상파방송 3사(KBS, MBC, SBS)의 저녁 메인 뉴스를 분석했고, 그 결과를 1990년 언론연구원의 <TV뉴스 분석> 결과와 통시적으로 비교했으며, BBC-NHK 뉴스와도 비교분석 시도
  - 분석 결과, BBC와 NHK는 적은 수의 뉴스를 보다 자세하게 보도하는 반면, 한국의 뉴스들은 하루에 보도되는 뉴스의 숫자가 많을 뿐만 아니라 각 아이템별 평균 방송시간 역시 상대적으로 짧은 것으로 나타남
  - 또한 한국의 지상파 3사가 방송하는 뉴스보도 아이템 중에는 서로 중복되는 것들이 많아 방송사만의 독자적 기사가 부족하고 보도 아이템의 다양성이 높지 않은 것으로 드러남
  - 뉴스의 제시방식에 있어서는 앵커에 의한 소개와 기자의 보도라는 형식이 3개국 모두에서 전형적으로 나타났지만, 한국의 뉴스가 시각적 효과를 비교적 많이 사용
  - 보도내용에 있어서는 정치, 경제/ 산업, 범죄/경찰, 사고/재난 등이 높은 비율을 차지하고 있었으며, 공식채널에 대한 의존도가 높았음. 고위 공무원과 주요 정치인, 대통령이 뉴스의 주요 행위자인 경우가 많았고, 일반시민과 기업인 비중도 높았음
- <공영방송 저녁 종합뉴스 비교 분석>(한국방송영상산업진흥원, 2004)
  - 한국방송영상산업진흥원의 2004년 연구에서는 한국의 KBS와 MBC, 영국의 BBC, 일본의 NHK 등 공영방송의 저녁 종합뉴스를 분석대상으로 하여 2004년 5월 31일부터 6월 11일까지 주말을 제외한 총 10일을 분석
  - 분석 결과, 먼저 전반적인 뉴스구성 측면에서 한국의 KBS와 MBC는 다양한 기사들을 신속하게 제공하는데 주안점을 둔 반면, 영국 BBC와 일본의 NHK는 주요 기사를 선정하여 심층적으로 분석하는 방식을 택하고 있음을 확인
  - 한국의 뉴스는 전체 보도건수에서 다른 국가보다 훨씬 많은 반면, 기사별 평균 보도시간은 상대적으로 짧은 것으로 나타남. 또한 심층보도와 스트레이트 보도의 비중을 살펴본 결과, 한국의 뉴스보도가 심층보도에 취약함을 알 수 있었음
  - 다음으로 영상과 사운드바이트(soundbite)를 비교 분석한 결과, 한국의 뉴스가 영상 전환을 빠르게 하고, 그래픽 등 다양한 화면구성기법을 사용하며, 사운드바이트는 10초미만의 짧은 시간을 할애
  - 마지막으로 한국의 뉴스보도에서는 국내 정치와 사회 문제가 주로 보도된 반면, BBC와 NHK는 국제 문제에 대한 관심이 크게 나타남. 또한 앵커 시스템에서 한국은 남성 앵커의 역할이 상대적으로 더 중요하게 부각

- 이 두 연구는 분석대상에서 약간의 차이가 있지만, 결과는 유사하게 나타남
  - 먼저 한국의 TV 뉴스는 비교 대상 국가에 비해 많은 아이템을 소개하고 있으며, 뉴스 아이템 당 평균적인 보도 시간이 짧았고, 이에 따라 심층보도보다는 스트레이트 보도를 중심으로 보도
  - 또한 보도내용에서는 국제 뉴스보다 국내의 정치적, 사회적 이슈들이 다수를 차지했고, 다른 국가의 뉴스보도에 비해 영상 전환이 빠르고 CG와 지도 등이 다양하게 활용

## II. 6개 국가 지상파방송의 저녁 메인 뉴스 현황

### 1. 미국

- 현황
  - 미국의 지상파 텔레비전 네트워크 3사(ABC, NBC, CBS)에서는 매일 저녁 6시 30분(동부 기준)에 메인 뉴스를 방영
    - 동부기준 뉴스가 그대로 서부에 방송되는 것이 보통이지만, 필요에 따라 Western Edition이라는 부제를 달아 동부와 서부의 시간차 동안 추가/수정된 뉴스를 반영해 새롭게 방영하기도 함
  - 뉴스 방영시간은 광고를 포함하여 약 30분가량이며 광고를 제외한 뉴스 방송시간은 19~22분 정도, 프로그램 방영시간이 짧기 때문에 아이템 당 소요하는 시간도 최대 4분 정도로 짧으며 소개하는 아이템 수도 적은 편임
  - 진행은 1인 진행자가 담당. 진행자, 즉 앵커의 역할이 강조되며 방송사의 뉴스라기보다 앵커가 주도하는 뉴스라는 느낌이 강함. 앵커의 이름이 프로그램의 타이틀과 함께 제시되며, 뉴스 프로그램의 분위기 역시 앵커가 누구냐에 따라 크게 좌우됨
  - 방송사에 따라 요일별 심층기획이나 특별취재 등 차별화된 콘텐츠를 제공하기도 함. 예를 들면, NBC의 <Nightly News>는 금요일에 시청자가 인터넷을 통해 제보한 영상을 소개하는 순서를 갖고, 매일 가장 마지막 코너로 <Return to Vietnam>이라는 인간극장 다큐멘터리 형식의 아이템을 방송
  - 현재 NBC <Nightly News>의 시청률이 가장 높고 ABC, CBS 순서임. 시청률에서 CBS는 NBC와는 3백만 명, ABC와는 2백만 명 가량 차이가 나기 때문에, 현재의 동일한 포맷이 이어질 경우 순위가 바뀌는 것은 어려울 것으로 전망

## □ 사례분석 : NBC의 <Nightly News>

- <Nightly News>는 매일 저녁 6시 30분에 방송되는 NBC의 메인 뉴스. 현재 평일과 주말 모두 남성 앵커가 단독 진행하고 있는데, 평일 뉴스는 브라이언 윌리엄스(Brian Williams)가 진행하고 있고, 주말에는 레스터 홀트(Lester Holt)가 담당
- 뉴스는 오늘의 뉴스를 요약하는 것으로 시작하여, 기자와 특파원의 리포트를 듣고, 스튜디오에서 질의 응답하거나 전문가의 논평과 의견을 더하는 방식으로 구성
  - 녹화된 뉴스 아이템 1개 당 리포트 길이가 짧은 대신, 스튜디오에서 앵커와 기자가 대화를 나누는 등 보다 자유로운 분위기에서 뉴스가 진행되고, 주목도 높은 헤드라인 4개+a로 구성되며 적게는 6개, 많게는 12개까지의 뉴스를 방송
- 그래픽, 지도, 자료화면 등이 이용되기는 하지만 주로 직접 제작한 영상을 바탕으로 뉴스를 보도. 따라서 뉴스보도 화면에서 가장 중심이 되는 것은 현장화면과 리포터나 통신원이 뉴스를 전달하는 장면이며, 최근에는 인터넷 유저가 업로드한 동영상을 소개하는 등 새로운 방식도 등장

[그림 1] NBC의 <Nightly News> 진행 장면



- 뉴스 주제로는 정치, 국제, 경제에 관련된 뉴스가 많고 건강과 관련된 뉴스도 중요하게 다루어짐. 속보성보다는 정보성이 두드러지는 내용이 많음
  - 방송시간이 30분으로 짧다 보니 경쟁 프로그램과 내용이 겹치지 않고 경쟁력을 갖출 수 있도록 탄력적으로 뉴스 아이템을 선정하고, 뉴스 아이템의 50% 이상을 타 방송사와 겹치지 않는 차별화된 뉴스로 소화
- 뉴스쇼와 비교할 때, 저녁 뉴스는 보도가 중심이 되기 때문에 뉴스 프로그램에 더해 다른 커뮤니케이션 채널을 확보하는 경우가 발생
  - 예를 들어, 브라이언 윌리엄스는 MSNBC의 <Nightly News> 사이트에 블로그를 운영하며

취재 중 찍은 사진과 코멘트를 올리거나, 뉴스 프로그램에서 다하지 못한 이야기를 전달. 이 블로그는 Facebook, Twitter, Share 등 소셜미디어와도 연동되어 있기 때문에, 뉴스 시청자들이 기사에 코멘트하며 또 다른 콘텐츠를 생산하는 것이 가능

## 2. 영국

### □ 현황

- 영국의 저녁 메인 뉴스는 매일 밤 10시에 방송되는 BBC의 10시 뉴스와 ITV 10시 뉴스이며, 또 다른 지상파 채널인 Channel 4에서는 저녁 7시에 메인 뉴스를 편성하고 10시에는 드라마를 방송
- BBC의 뉴스와 ITV, Channel 4의 뉴스는 포맷에서 차이를 보임
  - BBC의 경우에는 심층보도와 탐사보도의 비중이 높은 데 비해, ITV와 Channel 4는 단순보도의 비율이 높고, 미국식 스타일에 가까운 뉴스를 선보이고 있음. 또한 스포츠나 왕실 소식 등 흥미 위주의 아이템과 연성 뉴스가 부각되는 경향이 있음
- BBC 뉴스는 진행자 한 사람의 단독 진행으로 이루어지고 있는데, 현재 BBC 10시 뉴스는 3명의 진행자가 교대로 프로그램을 담당. ITV와 Channel 4는 남녀 진행자가 공동 진행

### □ 사례분석 : BBC의 <10 o'clock News>

- BBC <10 o'clock News>는 평일과 주말 모두 밤 10시에 방송되는 종합뉴스
  - 전국 뉴스의 방송시간은 평일 25분, 휴일 15분으로 한국에 비해 매우 짧은 편이며, BBC 키스톤에서 제작되는 25분의 전국뉴스가 끝나면 각 지역 BBC에서 제작하는 지역뉴스가 10분 정도 방송되고, 일기예보로 이어짐. 지역뉴스 시간을 합할 경우, 뉴스의 총 방영시간은 평일에는 35분, 주말과 공휴일에는 15~20분

[그림 2] BBC의 <10 o'clock News>



[그림 3] <10 o'clock News> 진행 장면



- 주중의 BBC 뉴스는 한 사람이 단독으로 진행. BBC의 진행자들은 미국식의 ‘앵커’ 개념이 아니라 뉴스진행자, 즉 ‘프리젠터(presenter)’라고 불림
  - 현재 BBC 뉴스에서 메인 프리젠터는 휴 에드워즈(Huw Edwards)와 피오나 브루스(Fiona Bruce)가 담당하고 있는데, 휴 에드워즈는 월요일부터 목요일까지, 피오나 브루스는 금요일의 뉴스를 진행
- 뉴스 프리젠터들은 모두 BBC 뉴스에서 상당 기간 경력을 쌓은 방송기자들이기 때문에 진행을 맡지 않은 날에는 이들이 뉴스 현장에서 직접 리포팅을 하는 모습을 종종 발견할 수 있음
  - BBC의 뉴스 프리젠터들은 뉴스에 대해 코멘트하는 경우가 거의 없음. 진행자가 누구인가와 상관없이 매일의 뉴스는 “안녕하십니까, BBC 10시 뉴스의 ###입니다”라는 멘트로 시작되고 “이제부터는 각 지역의 뉴스를 방송해 드리겠습니다. 안녕히 계십시오.”라는 동일한 멘트로 종결
- BBC 뉴스가 하루에 다루는 아이템 수는 총 10~14건 정도이며 10건 미만의 아이템을 보도하는 경우도 드물지 않음
  - 이처럼 아이템의 숫자가 적은 이유는 25분(지역뉴스 제외)이라는 비교적 짧은 방송시간 때문이기도 하지만, 그보다는 대부분의 아이템에 대해 깊이 있는 탐사보도를 하는 경향 때문
  - 25분의 뉴스시간을 아이템별로 분석해보면 그날의 메인 아이템 3, 4건을 보도하는 데 첫 15분 가량이 소비. 다시 말해, 그날의 메인 아이템 3, 4꼭지에 방송시간의 50% 이상이 할애되는 셈
- BBC 뉴스는 단순히 사건의 전말을 스트레이트로 보도하는 데 그치지 않고 하나의 사건에 대해 다양한 관점에서 깊이 있는 분석을 시도
  - 전문가나 사건 관계자의 인터뷰를 인용할 때는 인터뷰 당 최소 10초 이상의 시간을 할애하며, 서로 상반되는 견해를 가진 두 전문가의 인터뷰를 교차 인용
- BBC 뉴스가 다루는 아이템의 성격을 살펴보면, 국내 뉴스와 거의 비슷한 수준으로 유럽과 중동 등 국제 뉴스를 비중 있게 보도
  - 특히 중동과 아프리카 등 분쟁지역들에 대한 뉴스 비중이 높으며 영국과 국제적으로 긴밀한 관계에 있는 미국 관련 뉴스도 거의 매일 등장
  - 이에 반해, 영국 국내의 정치인, 기업인들은 상대적으로 뉴스에 등장하는 경우가 적으며 특히 공무원이나 범죄 관련 뉴스, 단순 사건 사고의 경우에도 거의 등장하지 않음
- 사회 뉴스 중에서 특히 많은 비중을 차지하는 뉴스들은 복지와 교육 관련 아이템인데, 노인연금, 양로원, 병원 등 복지 관련 뉴스가 많은 것은 전체 인구가 점점 노령화되어 가고 있는 영국 사회의 단면을 반영하는 부분
  - 또한 스포츠 뉴스가 따로 편성되어 있는 한국 뉴스와는 달리 BBC 뉴스는 메인 뉴스에 프리미어 리그 경기결과 등 스포츠 관련 뉴스 아이템들을 포함시키고 있으며, 전체 뉴스에서 적지 않은 비중을 차지하고 있음
- BBC 뉴스의 기자들은 보통 한 분야에서 오랜 경력을 쌓은 전문가들이며, 특히 지역적으로 중

동이나 미국, 취재분야로 정치와 경제를 담당하고 있는 기자들은 10년 이상 BBC 뉴스에 '장기 출연'하고 있는 인물들임

- 따라서 스튜디오에 직접 출연하여 뉴스진행자와 대화하는 인물은 각 분야의 전문가들이 아니라 바로 그 분야를 담당하는 기자들임

- 예를 들어, BBC 뉴스의 정치담당 수석기자인 닉 로빈슨, 워싱턴 특파원인 마크 마텔, 경제담당 수석기자 스테파니 플란더스, 중동 분쟁 담당 수석기자 제레미 본 등은 뉴스진행자 못지않게 영국 시청자들에게 낯익은 저널리스트들

- 한 사람의 기자가 한 분야를 이처럼 오랜 기간 담당하고 있기 때문에 자연히 전문성과 균형감 있는 리포팅이 가능해지며, 시청자 역시 외부 전문가보다 기자의 지식과 식견이 더 나은 편이라는 인식을 갖고 있음

○ 요컨대 영상이나 그래픽의 사용 등 기술적인 측면에서는 한국 뉴스에 비해 뒤지지만, 차별하고 안정적이며 보도내용 자체에 큰 비중을 두고 있는 것이 BBC 뉴스의 특징

- 또한 비주얼이나 그래픽 등에 크게 치중하지 않으며 속도감 있는 진행을 지양한다는 측면에서 BBC 뉴스는 미국 상업방송의 뉴스와도 차별화

### 3. 독일

#### □ 현황

○ 독일은 공영방송 ARD(제1TV)와 ZDF(제2TV)가 있고, 상업방송 SAT1, RTL Plus, Tele5, Pro7 등이 있음

- 독일 텔레비전 방송의 프라임시간대는 저녁 8시 15분부터 시작되고, 이로 인해 공영방송인 ARD 뿐만 아니라 상업방송인 RTL과 SAT 1도 프라임시간대 직전인 8시부터 8시 15분까지 저녁 뉴스를 방송

- 방송시간이 짧기 때문에 각 꼭지별 보도시간은 짧은 편이며, 사실보도 위주의 헤드라인 뉴스 형태를 취함

- 많은 뉴스 프로그램 중에서도 독보적인 존재가 <타게스샤우(Tagesschau)>임. 뉴스를 뜻하는 'Nachrichten'나 'Berichterstattung'이라는 단어가 있음에도 불구하고, ARD의 <타게스샤우>는 프로그램명 자체가 독일 뉴스의 상징으로 자리 잡음

○ 최근 들어서 독일 공영방송의 뉴스 프로그램 시청률은 하락 추세

- ARD <타게스샤우>의 시청률이 지속적인 감소세를 보이고 있고, ZDF의 뉴스 프로그램 역시 시청률 하락

- 반면 RTL과 같은 상업방송의 뉴스 프로그램은 시청률이 상승했는데, 상업방송의 뉴스 프

그램이 연성뉴스 위주로 아이টে를 선정하고, 뉴스 포맷 또한 뉴스쇼의 형태를 차용하는 등 시청자들의 관심을 끌만한 요소를 갖추면서 인기를 모으고 있는 것으로 풀이됨

## □ 사례분석 : ARD의 <타게스샤우(Tagesschau)>

- 독일어권 방송뉴스 중에서 가장 오래된 역사를 가지면서도, 여전히 가장 많은 사람들이 시청하는 <타게스샤우>는 1952년 12월 26일에 ARD 전신인 NWDR에서 시작
  - 초창기인 1955년 3월 31일까지 신독일주간뉴스(Neuen Deutschen Wochenschau)의 영상을 편집하여 방송하였으며, 1954년 11월 1일부터 ARD의 지역방송국들이 자체 지역뉴스를 제작, 송출
  - 1956년 10월 1일부터 주중 저녁 8시에 방송되기 시작했으며, 1961년 9월 3일부터는 매일 방송으로 확대되었고, 현재는 매일 저녁 8시부터 8시 15분까지 15분 동안 방송되며, 오후 2시/3시/4시에 10분씩 방송
- <타게스샤우>는 남성 혹은 여성 앵커가 단독 진행
  - 현재 ARD의 <타게스샤우>에 배정된 앵커의 수는 총 13명(남자 7명, 여자 6명)으로, 저녁 8시 뉴스를 위한 고정앵커가 있는 것이 아니라 이들 앵커가 하루 10회 내외의 <타게스샤우> 뉴스를 번갈아가며 진행
  - 뉴스 보도의 길이가 기자 멘트를 포함하여 120초 내외인데, 이 중에서 앵커의 뉴스 도입부가 약 30초 내외를 차지하여 앵커의 역할이 비교적 큼
  - 일반적으로 앵커가 뉴스 초반에 뉴스 전반에 관련된 소개를 전달하며, 이후 기자가 이와 관련된 자세한 내용을 전달하는 구조

[그림 4] ARD의 <타게스샤우>



[그림 5] <타게스샤우> 진행 장면



- <타게스샤우>는 뉴스의 방송 시간이 15분으로 길지 않기 때문에 시간이 제한적이고, 따라서 주로 스트레이트 보도 위주의 헤드라인 뉴스 형태를 보임

- 중요 이슈라 할지라도 하루에 최대 2개 아이টে임을 넘기지 않는 등 특정 이슈와 주제에 보도가 집중되지 않도록 균형감 유지
- 심층보도의 경우 매일 22시 15분에 30분 방송되는 <타게스테멘(Tagesthemen)>과 매일 0시 30분에 20분 방송되는 <나흐트마가진(Nachtsmagazin)>에서 당일 뉴스 중 심층분석이 필요한 1~2개의 이슈를 다룸으로써 보완적 역할을 수행
- <타게스샤우>는 국내 뉴스 못지않게 국제 뉴스의 비중이 큰 편
  - 지리적으로 유럽의 중앙에 위치하고 있으며, EU 통합에 주도적 역할을 수행하였던 독일의 특성을 반영하여 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 분야에서 유럽과 관련된 이슈를 주요한 뉴스 아이টে임으로 취급
  - EU 집행위원회, EU 의회 그리고 나토(NATO) 등 유럽 전역을 담당하는 기구와 관련된 뉴스나, 독일과 직접적 관계가 없을 지라도 유럽 사회 전반에 영향을 끼칠 수 있는 경제 통합과 종교분명 간 갈등 등에 관련된 이슈들을 지속적으로 반복적으로 보도
- <타게스샤우>는 공영과 상업방송을 아우르는 전체 뉴스 프로그램에서 가장 많은 시청자와 시청점유율을 확보
  - 이것은 <타게스샤우>가 가장 오래된 뉴스 프로그램이라는 점에서 시청자의 신뢰도가 높고, 지역방송사의 전국 단위 뉴스를 <타게스샤우>로 통일함으로써 뉴스 송출 플랫폼이 다른 공영방송인 ZDF나 주요 상업방송인 RTL, SAT1보다 많다는 점에서 설명될 수 있음

## 4. 일본

- 현황
  - 일본의 저녁 메인 뉴스는 각 방송사별로 편성시간이 다름
    - NHK의 <뉴스워치 9>이 월~금 밤 9시, TV아사히의 <보도스테이션>이 월~금 밤 10시, TBS의 <NEWS 23 크로스>는 월~목 밤 11시, 금요일 11시 30분, 니혼TV의 <NEWS ZERO>는 월~목 11시, 금요일 12시에 각각 방송
    - 후지TV의 경우, 메인뉴스 프로그램 개념이 없으며, 각 방송사 모두 주말에는 메인뉴스를 편성하지 않고 다만 시간대를 달리해 짙막하게 뉴스를 전달
  - 일본의 뉴스 프로그램들은 알기 쉽고 편안한 진행이 특징
    - 논평보다는 사실 관계에 입각한 보도가 중시되며, 자료영상을 풍부하게 제시하고 시청자의 눈높이에 맞춰 각종 모형이나 그래프 등을 적극적으로 활용
    - 또한 뉴스의 버라이어티 및 연성화 경향이 지속적으로 확대
    - 앵커는 메인캐스터 외에 서브캐스터가 있는 경우가 있고, 해설위원이 따로 등장하기도 함

기상캐스터와 스포츠캐스터는 별도로 있는 경우가 많음

- 공영방송인 NHK의 뉴스가 가장 객관적이고 공정하다는 평가 함께 높은 신뢰를 얻고 있으며, 상업방송으로는 TV아사히의 <보도스테이션>이 '서민 취향의 뉴스 프로그램'을 표방하며 꾸준하게 높은 시청률을 기록
  - <보도스테이션>은 '보도 버라이어티적인 제작스타일'을 축으로 스포츠나 버라이어티 프로그램을 진행했던 아나운서를 메인캐스터로 기용해 인기를 끌고 있음

### □ 사례분석 : NHK의 <뉴스워치 9>

- 현재 NHK의 <뉴스워치 9>는 월~금 밤 9시부터 1시간 동안 진행되는 대형 보도 프로그램으로 자리매김
  - NHK의 <뉴스 10>이 2000년 3월 시작됨에 따라 <NHK 뉴스 9>은 기존 30분에서 15분으로 축소
  - 그러나 <뉴스 10>이 밤 10시대 뉴스 프로그램 중에서 독보적인 존재라 할 수 있는 TV아사히의 <뉴스스테이션>과의 경쟁에서 기대치에 미치지 못하고 폐지되면서, 9시의 뉴스 프로그램이 2006년 4월부터 1시간짜리 보도 프로그램으로 전환
- <뉴스워치 9>은 시청자가 납득할 수 있는 뉴스, 진심으로 전달하는 뉴스, 국제적 시야가 있는 뉴스, 캠페인 뉴스를 중점적으로 보도함을 표방
  - <뉴스워치 9>이 뉴스 프로그램 중에 가장 높은 시청률을 보이고 있지는 않으나, NHK 뉴스 자체가 다른 방송국의 뉴스에 비해 객관적이고 공정한 것으로 평가됨
- 뉴스 진행은 공동 진행 방식을 취하고 있는데, 남녀 메인캐스터와 기상캐스터, 스포츠캐스터 총 4명이 진행
  - 현재 <뉴스워치 9>을 맡고 있는 남성 앵커는 오오코시 켄스케(大越健介), 여성 앵커는 이노우에 아사히(井上あさひ)이며, 스포츠 뉴스는 히로세 토모미(広瀬智美)가 담당

[그림 6] NHK의 <뉴스워치 9> 진행 장면



- <뉴스워치 9>은 뉴스 영상으로 프로그램을 시작하여 이후 캐스터의 코멘트가 이어지는 방식을 취하고 있으며, 첫 뉴스를 영상으로 시작한다는 것이 독특한 점
  - 이어지는 뉴스는 소개 멘트 후 뉴스 영상을 제시하고, 영상 후에 다시 코멘트가 붙는 형식이며, 코멘트는 메인캐스터 간의 대화 형식으로 이루어지기도 함
  - 일반뉴스 코멘트 외에 기상정보나 스포츠뉴스에서도 가끔씩 메인캐스터가 등장해 대화 형식으로 뉴스를 전달하곤 하는데, 예를 들어, 기상캐스터가 기상정보와 함께 기상 관련 뉴스를 제공하는 동안 메인캐스터가 약 15초씩 2회 정도 등장하여 대화형식의 기상멘트를 덧붙이는 식
  - 이전에는 토크까지 원고를 준비한 적도 있었으나, 현재는 긴급뉴스를 제외하면 뉴스 스튜디오 내 원고사용 금지원칙이 적용
  - 따라서 뉴스 진행자들의 프리토크가 진행되고 있고, 이를 통한 현장감이 중시됨
- 뉴스는 호흡이 긴 심층뉴스 후에 단신뉴스가 이어지는데, 심층뉴스를 6개 보도하고 이어서 단신뉴스를 5개 붙이는 것이 일반적인 방식
  - 한국처럼 기자가 등장해서 리포트를 하는 경우는 거의 없고, 대형사건이나 사고 등의 뉴스가 아닌 이상 대부분 내레이션으로 처리. 단신의 경우에도 스튜디오 멘트 없이 영상과 내레이션만으로 진행
  - 기상정보와 스포츠뉴스가 다른 국가의 뉴스 프로그램에 비해 높은 비중을 차지하고 있으며, 국제 뉴스보다는 국내 뉴스의 비중이 높은 편

## 5. 중국

- 현황
  - 중국에서는 중국 중앙TV(China Central TV, 이하 CCTV)가 13개의 채널을 보유하고 있고, CCTV 외에는 각 지역을 단위로 하는 TV 방송국이 운영되고 있음
    - CCTV는 중국에서 유일한 전국 대상 국영 TV방송국이며, 이외에 베이징TV(BTV), 상하이TV(STV) 등이 영향력 있는 방송사들
  - CCTV는 1978년 종합 뉴스 프로그램 <신문연보>를 시작한 이래, 정오뉴스, 야간뉴스, 영어 뉴스, 경제 뉴스, 스포츠 뉴스 등 다양한 뉴스 프로그램들을 시작
    - 이 중에서 메인 뉴스 프로그램이 <신문연보>인데, 매일 저녁 7시에 방송되며 저녁 9시에 재방송
  - 중국은 'TV 뉴스 개혁의 해'라 불리는 2003년 이후 뉴스매체의 개혁을 대대적으로 추진하고 있으며, 이에 따라 뉴스 프로그램에 큰 변화가 발생
    - CCTV를 중심으로 24시간 뉴스 전문 채널이 신설되는 등 뉴스 채널이 다양해졌으며, 취재대상을 전 세계로 확대

- CCTV뿐만 아니라 일부 성급 TV 방송국도 적극적으로 뉴스 채널을 늘리며 새로운 보도형식, 다양한 뉴스 장르를 만들어 나가고 있음

## □ 사례분석 : CCTV의 <신문연보>

- <신문연보>는 CCTV 방송국이 주관하고 각 성급 방송국이 연합 제작하는 CCTV의 메인뉴스로, 1978년 1월 1일 공식 방송을 시작
  - 매일 저녁 7시에 방송되고 9시에 재방송. 예전에는 녹화방송으로 이루어지다가, 1996년부터 생방송 프로그램으로 전환
- CCTV는 공동진행 방식을 취하고 있고, 세 팀의 앵커가 번갈아가며 진행
  - 리수핑(李修平/여)과 장홍민(张宏民/남), 리루에잉(李瑞英/여)과 루오징(罗京/남), 리지맹(李梓萌/여)과 강후에(康辉/남)가 진행을 담당

[그림 7] CCTV의 <신문연보> 진행 장면



- <신문연보>의 뉴스는 앵커의 진행과 보도화면, 인터뷰로 구성
  - 아직까지 중국 정부의 통제가 많은 부분에서 존재하기 때문에 대담이나 현장 생방송 등은 거의 찾아볼 수 없음
  - <신문연보>에서는 국내외의 뉴스를 포괄하며, 중국 공산당 및 정부의 노선과 방침, 정책과 중국인들의 요구를 보도하며, 각종 정보를 제공
- <신문연보>의 뉴스는 상당히 정치 의존적이고, 후진타오 국가주석 등 주요 인사들의 동정 및 해외순방, 정책홍보, 외국 국가원수 및 주요 인사들의 중국 방문에 많은 부분을 할애
  - 뉴스의 주요 행위자는 대부분 당과 정부 관련 인물이며, 최근에는 국제 뉴스에도 상당히 주목
- '2007년 전국 텔레비전 시청자 표본조사' 결과, 시청자들이 가장 선호하는 텔레비전 프로그램 중 <신문연보>가 여전히 1위를 차지

- 최근 몇 년간 시청률이 다소 하락하고 광주, 울산, 대구 등 지역에서는 10위권으로 떨어지기도 했지만, 전국 평균 시청률은 20% 이상을 계속 유지
- 현재 <신문연보>를 제외한 기타 텔레비전 뉴스 프로그램은 뉴스가치가 높은 내용을 우선순위로 채택하며 사건사고를 긴급 보도하는 방향으로 변화

## 6. 한국

### □ 현황

- 한국의 저녁 메인 뉴스는 KBS, MBC가 9시, SBS가 8시에 뉴스를 방영
  - 구체적으로 KBS의 <뉴스9>는 월~일 밤 9시, SBS의 <SBS 8뉴스>는 월~일 밤 8시에 방송. MBC <뉴스데스크>는 평일과 주말의 방송시간이 다른데, 월~금요일은 밤 9시, 토~일요일은 밤 8시에 방송
- 한국의 뉴스는 아이템 수가 많은 반면, 아이템별 보도시간은 비교적 짧은 편
  - 따라서 일반적인 뉴스 포맷은 사건이나 이슈를 간략하게 전달하는 스트레이트 뉴스 형식이며, 보도는 심층적 해설보다는 객관적 입장에서 사건을 그대로 전달하는 방식으로 주로 전달됨
- 저녁 메인 뉴스의 경우, 지상파 3사 모두 남녀 앵커의 공동 진행 방식을 취함
  - 특이한 사항은 남성 앵커는 모두 보도국 소속 기자이고 여성 앵커는 아나운서국 소속이라는 점

### □ 사례분석 ① : KBS의 <뉴스 9>

- <뉴스 9>는 매일 밤 9시에 TV(1TV)와 라디오(1라디오, 3라디오, 한민족 방송)를 통해 동시에 방영되는 KBS의 메인뉴스
  - 남녀 앵커가 공동 진행. 뉴스 후반부에는 기상캐스터가 등장하여 기상뉴스를 전달하고, 스포츠 뉴스는 그 뒤에 10분가량 방송

[그림 8] KBS의 <뉴스 9>



[그림 9] KBS의 <뉴스 9> 진행 장면



- 헤드라인 소개 후 뉴스가 진행되는데, 첫 뉴스는 남녀 앵커가 공동 진행하고 이후의 뉴스는 남성 앵커가 먼저 시작하여 몇 개의 뉴스 리포트 후 여성 앵커가 진행하는 방식을 취함
  - 헤드라인 소개 이후 일반적인 스트레이트 뉴스 보도가 이어지며 '간추린 단신' 소개 후 날씨 정보와 스포츠 뉴스가 이어짐
  - 경우에 따라 '심층취재', '이슈&뉴스', '현장추적', '집중진단', '긴급점검', '연속기획' 등이 편성됨. 주말에는 '튼튼생생 365일', '사람과 세상', '네트워크 현장', '자연과 인간 공존하는 삶' 섹션 등이 방송
- 뉴스 아이템 당 앵커 소개 멘트 포함 1분 30초 전후의 길이인데, 이 중에서 앵커멘트는 10~15초 정도이고, 하루에 소개되는 뉴스리포트는 단신 뉴스를 포함하며, 스포츠 뉴스와 기상 정보는 제외할 경우, 30개 전후
  - 30초미만의 단신 뉴스는 앵커 혼자 보도하며, 그 외의 뉴스는 앵커의 소개 멘트 후 기자가 보도
- 정치, 경제, 사회 뉴스가 대다수를 차지하고 국제 뉴스는 거의 없는 편
  - 다만 한국의 특성 상 미군이나 북한과의 관계와 관련된 보도가 많고, 생활상식이나 의학상식 같은 정보성 기사가 많은 편
- 대부분의 뉴스는 앵커가 앞서서 진행하나 심층보도나 몇몇 보도의 경우 서서 진행
  - 심층보도는 한 주제 당 2~3개의 리포트를 포함하고 있는데, '이슈&뉴스'의 경우, 디지털 스튜디오로 기자를 연결하여 앵커와 기자가 대화를 나누고, 기자가 다시 다른 기자를 통해 보도하는 방식을 취하여 다른 뉴스와의 차별성을 보임
  - 또한 뉴스 리포트는 기자가 진행하지만, 보도에 앞서 앵커가 그래픽 화면으로 설명을 하는 경우도 있음

## □ 사례분석 ② : SBS의 <SBS 8 뉴스>

- <SBS 8 뉴스>는 매일 밤 8시에 방영되는 SBS의 메인뉴스
  - 남녀 앵커가 공동 진행하고 뉴스 후반부에는 기상캐스터가 등장하여 기상뉴스를 전달하며, 스포츠 뉴스는 별도로 편성
- 오늘의 주요 뉴스 소개 후 뉴스 진행을 시작하며 KBS와 마찬가지로 첫 뉴스는 남녀 앵커가 공동 진행하고, 이후의 뉴스는 번갈아 진행
  - 뉴스 소개 후 스트레이트 뉴스 보도가 이어지며 날씨 정보 이후 클로징. 심층보도로는 '뉴스 in NEWS', '현장줌인' 등이 있음

[그림 10] SBS의 <SBS 8 뉴스>



[그림 11] SBS의 <SBS 8 뉴스> 진행 장면



- KBS와 마찬가지로 뉴스리포트 1개당 앵커 소개 멘트 포함 1분 30초 전후의 길이이며 앵커멘트는 10~15초 정도
  - 하루에 소개되는 뉴스리포트는 단신 뉴스 포함, 기상 정보를 제외하고 25개 전후이며, 30초 미만의 단신 뉴스만 앵커 혼자 보도하고 나머지는 앵커의 소개 멘트 후 기자가 보도
- 정치, 경제, 사회 뉴스가 대다수를 차지하고 국제 뉴스가 적다는 것은 KBS와 공통되는 특성
  - 경쟁 프로그램과의 차별성을 피하며 뉴스 아이템을 구성하는 다른 국가들과 달리 심층보도 등을 제외하면 보도 내용 자체가 거의 똑같은 경우도 다반사
- 앵커가 앉아서 진행하는 것이 기본이나 심층보도나 몇몇 보도의 경우 서서 진행하며, 심층보도는 한 주제 당 2~3개의 리포트를 포함
  - KBS에서는 심층보도인 경우에 서서 진행하는 방식을 볼 수 있었던 반면에, SBS는 컴퓨터그래픽을 활용한 보도 등 뉴스에 대한 주목도를 높이기 위해 스탠딩 보도를 활용
  - 금요일은 뉴스 말미에 한 주간의 문화 소식을 전하는데, 여성 앵커가 서서 진행하며 개봉영화, 볼만한 공연, 베스트셀러를 소개

## III. 뉴스 프로그램의 보도시간 · 보도형식 · 보도주제

### 1. 뉴스 구성의 양적 특성

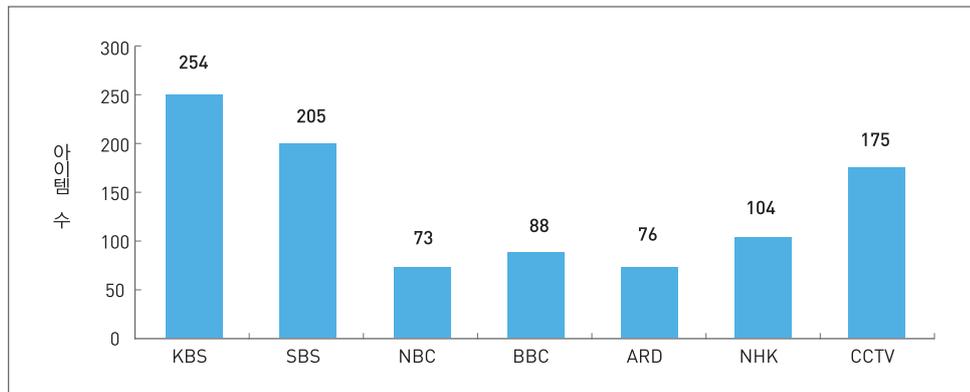
#### □ 보도건수

- 먼저 전체 보도건수를 살펴보면, 조사기간인 8일 동안 7개 뉴스 프로그램에서 방송한 아이템은 총 975건으로 집계
  - 이 중 KBS가 254건(26.1%), SBS가 205건(21.0%)으로 전체의 47.1%를 차지했고, CCTV가 175건(17.9%), NHK가 104건(10.7%)으로 그 뒤를 이음

[표 2] 방송사별 보도건수

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
개수	254	205	73	88	76	104	175	975
비율	26.1%	21.0%	7.5%	9.0%	7.8%	10.7%	17.9%	100.0%

[그림 12] 방송사별 보도건수



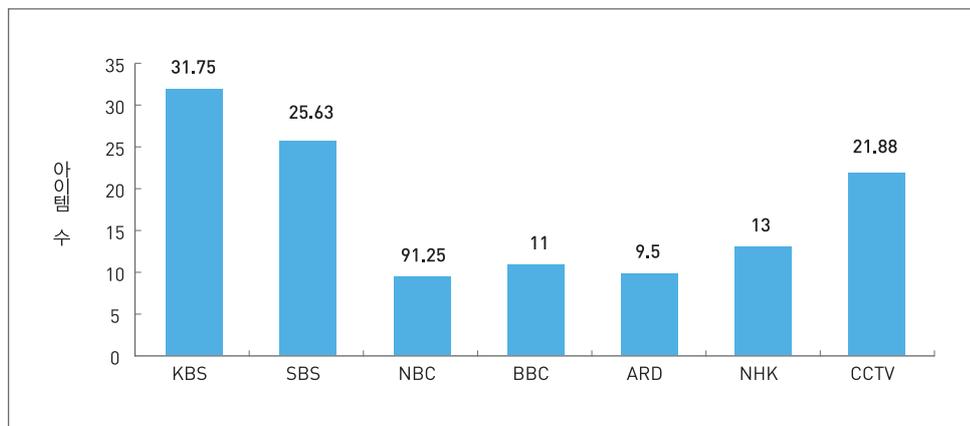
- 한국-중국-일본의 저녁 메인뉴스 보도건수가 최소 100개 이상이었던 반면, 영국-독일-미국 등 서양 방송사들의 보도건수는 상대적으로 적게 나타남
  - 이 세 국가의 보도건수를 전부 합쳐도 KBS의 보도건수보다 적었으며, 특히 미국의 NBC가 73건(7.5%)으로 가장 적음
- 하루 평균 보도건수를 확인한 결과, 총 보도건수와 마찬가지로 KBS- SBS-CCTV- NHK- BBC-ARD-NBC의 순을 기록

- KBS가 하루 평균 31.75건을 보도하여 가장 많았고, SBS와 CCTV가 그 뒤를 이었으며, ARD가 9.50건, NBC가 9.13건을 기록하여 하루에 평균적으로 10건 미만의 아이템을 보도하고 있음을 확인
- 이 수치를 1999년의 조사결과와 비교해보면, KBS는 34.43건에서 31.75건으로 다소 감소한 반면, SBS는 23.50건에서 25.63건으로 소폭 증가
- BBC는 1999년 12.71건에서 2011년에는 11.00건을 기록했고, NBC는 1999년 9.14건에서 2011년에는 9.13건을 기록하여 큰 차이가 없음

[표 3] 방송사별 하루 평균 보도건수

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
건수	31.75	25.63	9.13	11.00	9.50	13.00	21.88	17.41
비율	26.1%	21.0%	7.5%	9.0%	7.8%	10.7%	17.9%	100.0%

[그림 13] 방송사별 하루 평균 보도건수



- 전체적으로 보았을 때, 한국의 뉴스 프로그램이 다른 국가들에 비해 많은 뉴스 아이тем들을 다루고 있음을 다시 한 번 확인
- 매일 저녁 메인 뉴스 프로그램에서 다양한 뉴스정보를 제공한다는 사실 자체는 바람직하지만, 다만 사안의 경중에 따라, 심층분석과 단신보도를 적절하게 편집하여 방송한다면 시청자들이 시사적인 안목을 기르는데 한결 도움이 될 수 있을 것임

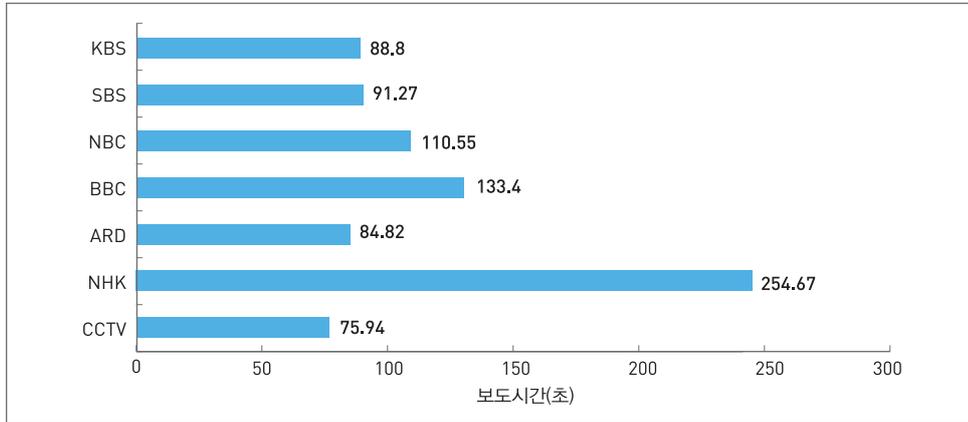
## □ 보도시간

- 7개 저녁 메인뉴스의 하루 평균 방송시간을 확인한 결과, ARD가 13.43분으로 가장 짧았고, NHK가 55.18분으로 가장 길었음
  - 그밖에 NBC가 16.81분(중간광고 포함 시 30분), BBC가 24.47분, CCTV가 27.69분, SBS가 38.98분, KBS가 46.99분을 각각 기록
  - 전체 평균 방송시간인 31.94분과 비교했을 때, NHK와 KBS, SBS 등 일본과 한국의 방송사들이 평균 이상을 기록한 반면, NBC와 BBC, ARD와 CCTV 등 다른 방송사들은 평균 이하에 머무름
- 한국의 KBS와 SBS 그리고 일본의 NHK가 평균 이상인 40~55분가량 방송하는 이유는 메인 종합뉴스로서 정보 전달뿐만 아니라 환경감시를 위해 다양한 기획취재를 시도했기 때문
  - 반면 ARD의 경우, 정규 저녁뉴스에서는 사실전달 중심으로 방송을 하고, 밤 10시와 12시대에 심층분석 프로그램을 별도로 방송
  - NBC와 BBC 등 영미권의 뉴스 프로그램들은 기본적으로 30분 내외로 방송시간을 조절하고 있으며, CCTV의 경우 당의 지침을 우선시하기 때문에 자체적인 기획취재를 시도하기 힘든 형편
- 보도 아이템 1건당 평균 보도시간에서는 NHK가 254.67초를 기록하여 1개의 아이템을 평균 4분 이상 보도했고, BBC가 133.40초, NBC가 110.55초를 각각 기록하여 그 뒤를 이음
  - NHK와 BBC의 경우, 기자의 리포팅 시간 자체가 길었던 반면, NBC는 스튜디오에서 앵커와 기자의 대화가 많은 시간을 차지
  - 이에 비해 KBS는 88.80초, SBS는 91.27초를 각각 기록하여 아이템 1건당 1분 30초 정도를 할애했고, ARD는 84.82초, CCTV는 77.94초를 각각 기록하여 한국보다 평균 보도시간이 짧았음

[표 4] 전체 방송시간/하루 평균 방송시간/아이템 당 평균 보도시간

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	평균
전체 방송시간(분)	375.92	311.83	134.50	195.65	107.43	441.43	221.50	255.47
하루 평균 방송시간(분)	46.99	38.98	16.81	24.47	13.43	55.18	27.69	31.94
아이템당 평균 보도시간(초)	88.80	91.27	110.55	133.40	84.82	254.67	75.94	119.92

[그림 14] 전체 방송시간/하루 평균 방송시간/아이템 당 평균 보도시간



- 기존 연구결과와 비교해보면, 1999년부터 2011년까지 KBS의 아이템 당 평균 보도시간이 11초 이상 증가
  - 구체적으로 KBS는 1999년 77.41초에서 2004년에는 85.1초로 늘었고, 다시 이번 조사에서는 88.80초로 증가. 이처럼 KBS가 1년마다 1초 정도 평균 보도시간을 증가시킨 것은 기존의 백화점식 나열형 뉴스보도에서 심층 기획취재가 증가했음을 의미
  - 포털사이트를 통해 뉴스속보가 제공하고 있는 디지털 미디어 환경에서 공영방송 KBS가 아이템당 평균 보도시간 증가를 통해 심층뉴스를 강화한 것은 바람직하지만, 공영방송으로서 환경감시 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다는 비판도 제기
- NHK의 경우, 2004년 139.1초에서 2011년에는 254.67초로 크게 증가했는데, 이는 프로그램 변경에 기인한 바가 큼
  - 즉, NHK의 저녁메인뉴스였던 <NHK 뉴스 10>이 폐지되고, 2006년 4월부터 <뉴스워치 9>이 등장했으며, <뉴스워치 9>는 심층뉴스를 6개 보도하고 이어서 단신뉴스를 5개를 붙이는 구성방식을 취하고 있기 때문
- BBC의 경우, 뉴스 프로그램의 방송시간은 짧은 편이지만 심층적인 탐사보도를 중시하는 경향이 있기 때문에, 보도 아이템 수는 적은 반면 보도시간은 길게 나타남
  - 구체적으로, BBC 뉴스의 아이템 당 평균 보도시간이 1999년 114.34초, 2004년 116.9초, 2011년 133.4초로 지속적으로 증가
- NBC 역시 BBC와 마찬가지로 선별된 뉴스에 긴 시간을 할애하는 방식을 취하며, 뉴스 리포트 후에 스튜디오에서의 질의응답이나 전문가의 논평 등이 더해지기 때문에 보도시간은 비교적 긴 편
  - NBC는 1999년 119.2초에서 2011년 110.55초로 다소 감소했는데, 사전 취재된 리포트의 길이는 짧은 대신, 스튜디오에 기자가 등장해 앵커와 대화를 나누는 방식으로 뉴스 진행

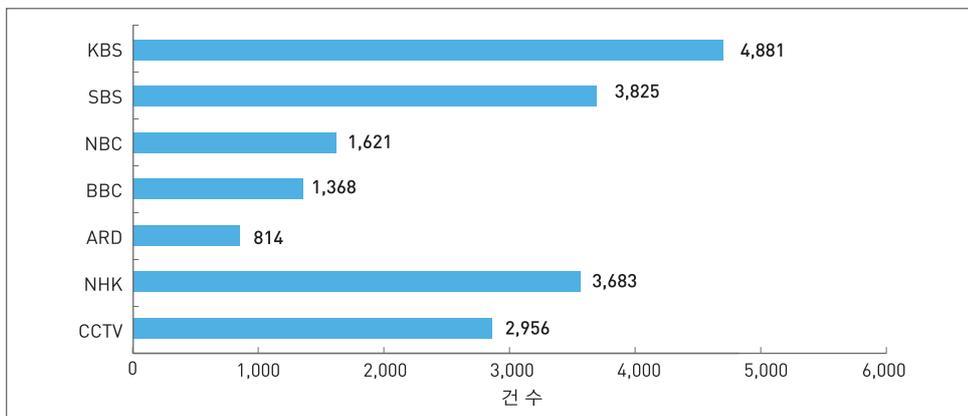
## □ 영상 및 그래픽 컷 수

- 먼저 영상 컷 수를 분석한 결과, KBS가 4,881컷, SBS가 3,825컷, NHK가 3,683컷을 각각 기록하여 다른 방송사 뉴스 프로그램보다 월등히 많은 영상을 제공
  - 기사 아이템 당 평균 영상 컷 수에서는 NHK가 35.41컷으로 가장 많았고, NBC가 22.21컷으로 그 뒤를 이음
  - NHK의 경우, 심층보도의 경우에는 화면전환이 느린 편이지만, 뉴스 중간에 방송되는 프로야구 소식 등 스포츠 뉴스와 최신 영화와 애니메이션 등을 소개하는 문화 보도에서 영상 컷 수가 급격하게 증가

[표 5] 방송사별 영상 컷 수, 그래픽 컷 수

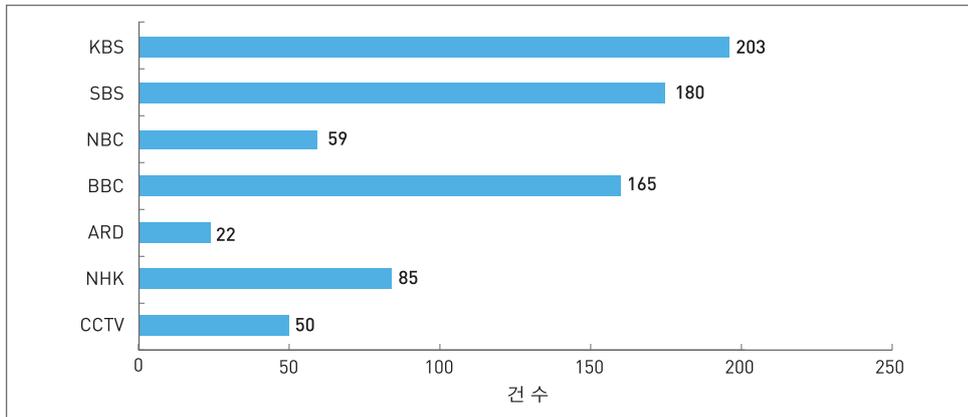
구분		KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
영상 컷 수	개수	4,881	3,825	1,621	1,368	814	3,683	2,956	19,148
	평균	19.22	18.66	22.21	15.55	10.71	35.41	16.89	
그래픽 컷 수	개수	203	180	59	165	22	85	50	764
	평균	0.80	0.88	0.81	1.88	0.29	0.82	0.29	

[그림 15] 방송사별 영상 컷 수



- 2004년의 분석결과와 비교해보면, KBS와 SBS는 전체 영상 컷 수는 제일 많았지만, 방송시간을 감안한 평균 영상 컷 수에서는 7개 국가 뉴스 프로그램 중에서 평균 수치를 기록
  - KBS는 2004년 19.4컷에서 2011년 19.22컷으로 큰 차이를 보이지 않았고, BBC 역시 2004년과 2011년 모두 15.5컷을 기록
  - 다만 NHK는 2004년 14.2컷에서 2011년 35.41컷으로 크게 증가. 프로그램의 변경을 고려하더라도, 예전에 비해 영상전환이 빠르게 이루어지고 있음을 확인

[그림 16] 방송사별 그래픽 컷 수



- 기본적으로 한국의 방송뉴스는 많은 영상으로 편집되어 있으며 CG 등 첨단 영상기법 역시 자주 활용되고 있음
  - 이는 다양한 정보를 소개하고 재미있는 볼거리를 제공한다는 점에서 다른 국가의 뉴스 프로그램에 비해 높은 완성도를 지녔다고 평가할 수 있음
  - 다만 뉴스보도의 양대 가치라 할 수 있는 속보성, 즉 신속한 정보제공과 심층성 즉, 맥락을 파헤치는 심층취재가 적절히 조화될 수 있도록 항상 균형 감각을 잃지 말아야 할 것임

#### □ 사운드바이트 길이

- 뉴스 보도의 중요한 구성요소 중 하나가 인터뷰. 전문가 인터뷰의 경우에는 보도의 신뢰도를 높일 수 있고, 이해 당사자의 인터뷰에서는 현안의 생생함을 느낄 수 있으며, 일반 시민을 대상으로 한 인터뷰에서는 민심의 흐름을 짚을 수 있음
  - 따라서 취재기자의 입장에서는 인터뷰의 적절한 활용을 통해 자연스럽게 기사 완성도 제고를 도모
- 분석 결과, KBS와 SBS, BBC와 NHK 등 4개 방송사의 저녁 메인뉴스에서 인터뷰 비중이 60%를 초과한 반면, NBC와 ARD는 40%대, CCTV는 20%대에 머무름
  - 반면, 인터뷰 시간, 즉 사운드바이트 길이를 측정한 결과(인터뷰 전체길이 ÷ 인터뷰가 포함된 보도 아이템 수), CCTV가 평균 28.3초로 가장 길게 조사됨
  - 이는 인터뷰가 포함된 뉴스 보도의 수는 적었지만, 인터뷰를 할 경우에는 비교적 많은 시간을 할애했음을 의미
- KBS와 SBS의 경우, 조사대상 뉴스 프로그램의 평균치인 12.8초보다 4초가량 적은 7.9초와 8.4초를 각각 기록

- 물론 사운드바이트의 길이에 대한 적절한 기준은 없지만, 중요한 점은 뉴스 아이템 등장인물에게 지위의 고하와 상관없이 자신의 입장을 충분히 피력할 수 있는 기회를 보장하여, 그 메시지를 시청자들이 이해할 수 있도록 하는 것임
- 거두절미하여 무슨 말을 했는지 도무지 알 수 없게 한다거나, 기사의 원활한 전개를 위해 액세서리 정도로 사운드바이트를 취급한다면, 인터뷰의 근본 취지가 무색하게 될 것이므로, 최소한 10초 이상의 사운드바이트 안내 필요

[표 6] 방송사별 사운드바이트 길이

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
인터뷰 포함	154	139	35	54	32	66	38	518
	60.6%	67.8%	47.9%	61.4%	42.1%	63.5%	21.7%	53.1%
인터뷰 미포함	100	66	38	34	44	38	137	457
	39.4%	32.2%	52.1%	38.6%	57.9%	36.5%	78.3%	46.9%
합계	254	205	73	88	76	104	175	975
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
인터뷰 시간(초) 평균	1,213	1,170	256	760	380	774	1,077	5,630
	7.9	8.4	7.3	14.1	11.9	11.7	28.3	12.8

## 2. 보도형식

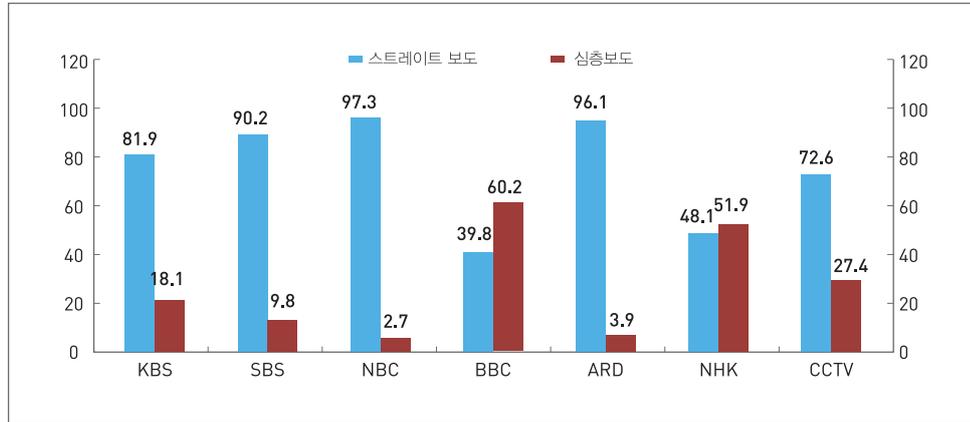
### □ 보도방식

- 스트레이트 보도와 심층보도로 구분하여 비교한 결과, 전체 뉴스에서 스트레이트 보도가 차지하는 비중은 76.8%, 심층보도의 비중은 23.2%로 나타남
  - 7개 방송사 저녁 메인뉴스 중에서 스트레이트 보도의 비중이 가장 높은 곳은 NBC로 97.3%였고, 심층보도는 2.7%에 불과. 반대로 BBC의 경우, 심층보도의 비중이 60.2%를 차지하여 분석대상 방송사들 중 심층보도의 비중이 가장 높았음

[표 7] 방송사별 뉴스 보도방식

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
스트레이트 보도	208	185	71	35	73	50	127	749
	81.9%	90.2%	97.3%	39.8%	96.1%	48.1%	72.6%	76.8%
심층보도	46	20	2	53	3	54	48	226
	18.1%	9.8%	2.7%	60.2%	3.9%	51.9%	27.4%	23.2%
합계	254	205	73	88	76	104	175	975
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

[그림 17] 방송사별 뉴스 보도방식



- BBC와 함께 스트레이트 보도보다 심층보도의 비중이 높은 방송사는 NHK, NHK는 스트레이트 보도와 심층보도의 비중이 절반씩 차지한 가운데, 심층보도의 비중이 다소 높게 조사됨
- NBC 못지않게 스트레이트 보도 중심으로 구성되어 있는 방송사가 ARD인데, 이는 저녁 메인 뉴스의 방송시간이 15분에 불과하다는 점을 감안할 필요가 있음
- <타게스사우>가 시간제약 상 스트레이트 보도에 치중하는 것을 보완하기 위해 매일 밤 10시 55분부터 30분 정도 방송되는 <타게스테멘>과 매일 밤 12시 30분부터 20분 정도 방송되는 <나흐트마가진>에서 당일 뉴스 중 심층분석이 필요한 이슈를 별도로 집중 보도
- KBS의 경우, 2004년 결과(스트레이트 76.8%, 심층 23.8%)에 비해 2011년 결과(스트레이트 81.9%, 심층 18.1%)에서 스트레이트 보도의 비중이 다소 증가. SBS는 KBS보다는 심층보도의 비중이 10% 정도 적게 나타남
- 그러나 스트레이트 보도와 심층보도의 비중이 전반적으로 8:2 수준을 유지해왔다는 점에서, 전반적으로 한국 뉴스에서 스트레이트 보도의 비중이 높음을 확인

### □ 구성방식

- 뉴스 보도의 구성방식을 살펴보기 위해서는 편집보도, 현장보도, 편집+현장보도, 대담보도로 분류하여 분석 시도
  - 편집보도는 비디오와 오디오 모두 사전편집이 된 경우이고, 현장보도는 현장 생중계를 의미. 또한 편집+현장보도는 현장의 모습과 편집이 함께 구성된 경우를 뜻하며, 대담보도는 말 그대로 대담형식으로 이루어진 보도를 나타냄
- 분석 결과, 가장 많이 쓰이는 구성방식은 편집+현장보도임. 특히 NHK의 경우, 편집+현장보도가 99.0%에 달함. 뒤를 이어 KBS 90.6%, SBS 88.8%, CCTV 84.6% 순
  - 데일리 기반 뉴스보도의 특성상 당일 사건사고가 발생한 현장화면과 이와 관련된 자료화면

중심으로 뉴스를 구성하는 것이 일반적임을 확인

- 분석기간 동안 BBC는 현장보도가 몇 건 있었고(8.0%), NBC, BBC, NHK 등에서 대담보도가 일부 진행되었으나, 전체적으로 구성방식을 살펴보았을 때, 편집+현장보도가 80% 이상을 차지

[표 8] 방송사별 뉴스 보도방식

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
편집보도	24	23	43	30	22	0	23	165
	9.4%	11.2%	58.9%	34.1%	28.9%	.0%	13.1%	16.9%
현장보도	0	0	1	7	0	0	4	12
	.0%	.0%	1.4%	8.0%	.0%	.0%	2.3%	1.2%
편집+현장	230	182	27	49	54	103	148	793
	90.6%	88.8%	37.0%	55.7%	71.1%	99.0%	84.6%	81.3%
대담보도	0	0	2	2	0	1	0	5
	.0%	.0%	2.7%	2.3%	.0%	1.0%	.0%	.5%
합계	254	205	73	88	76	104	175	975
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## □ 제시방식

- 분석 결과, ‘현장화면’과 ‘영상인터뷰’ 그리고 ‘그래픽, 지도’ 항목이 가장 많이 활용됨
  - 데일리 기반 뉴스이다 보니 당일에 발생한 이벤트에 집중해야만 하고, 그런 연유로 현장화면 중심을 영상을 주로 제공. 또한 관련 전문가나 이해당사자의 인터뷰 장면도 자주 등장
- 흥미로운 사실은 CG나 지도 같은 첨단 영상자료에 대한 활용도가 높아졌다는 사실
  - 특히 이 항목에서 한국의 KBS와 SBS가 선도적인 역할을 수행하고 있다는 점에 주목할 필요가 있음

[표 9] 방송사별 뉴스 제시방식

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
제목만 제시	0	0	0	0	0	0	175	175
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.5%	5.6%
앵커보도	27	15	24	29	25	1	166	287
	3.9%	2.6%	7.9%	7.6%	16.7%	0.3%	27.0%	9.3%
화면 속 기자	101	81	32	44	20	2	18	298
	14.7%	13.9%	10.6%	11.5%	13.3%	0.5%	2.9%	9.6%
스튜디오 속 기자	14	0	10	14	0	26	2	66
	2.0%	0.0%	3.3%	3.7%	0.0%	8.8%	0.3%	2.1%

스튜디오 인터뷰	0	0	0	0	0	1	0	1
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%
영상 인터뷰	154	139	33	54	32	66	32	510
	22.4%	23.8%	10.9%	14.1%	21.3%	17.3%	5.2%	16.4%
자막처리	0	0	30	33	0	103	5	171
	0.0%	0.0%	9.9%	8.6%	0.0%	27.0%	0.8%	5.5%
현장화면	214	180	44	56	52	103	143	792
	31.1%	30.9%	14.5%	14.7%	34.7%	27.0%	23.3%	25.5%
자료화면	19	18	38	56	5	21	44	201
	2.8%	3.1%	12.5%	14.7%	3.3%	5.5%	7.2%	6.5%
인물 정지사진	17	25	32	23	0	9	7	113
	2.5%	4.3%	10.6%	6.0%	0.0%	2.4%	1.1%	3.6%
기타 정지사진	17	13	13	16	0	6	7	72
	2.5%	2.2%	4.3%	4.2%	0.0%	1.6%	1.1%	2.3%
그래픽, 지도	125	111	28	41	14	42	16	377
	18.1%	19.0%	9.2%	10.7%	9.3%	11.0%	2.6%	12.2%
전화연결, 현장중계	1	1	19	16	2	1	0	40
	0.1%	0.1%	6.3%	4.2%	1.3%	0.3%	0.0%	1.3%
합계	689	583	303	382	150	381	615	3,203
	22.2%	18.8%	9.8%	12.3%	4.8%	12.3%	19.8%	100.0%

## □ 앵커의 비중과 역할

- 먼저 공동진행 방식을 취하고 있는 KBS, SBS, NHK, CCTV의 도입부 소개멘트 현황을 살펴 보면, KBS는 분석기간 동안 남녀 앵커가 정확히 같은 숫자의 아이টে임을 보도했으며, SBS는 여성이 진행한 아이টে임이 약간 많음
  - 2004년 조사에서, KBS의 경우, 남성 앵커가 57.4%, 여성 앵커가 42.6%를 담당한 것과 상이. 스트레이트 보도와 심층보도에 있어 남녀 앵커의 역할이 차별성을 보였던 것도 사라져 현재는 별다른 구분 없이 진행
- 이처럼 국내 뉴스 프로그램에서 남녀 앵커의 역할 차별성이 없어진 것은 매우 바람직스러운 현상이라고 평가할 수 있음
  - 그러나 근본적으로 남자 진행자는 배테랑 기자 출신이 담당하고, 여자 진행자는 미모의 젊은 아나운서가 맡는 캐스팅 구조가 개선될 필요가 있음
  - 분석대상인 다른 국가의 뉴스 프로그램 어디에서도 남성 기자, 여성 아나운서 조합으로 뉴스를 진행하는 사례를 찾아볼 수 없음
  - 남성이든 여성이든 저녁 메인뉴스의 진행자는 취재기자로서 잔뼈가 굵고 저널리스트로서의 경륜을 인정받을 만한 전문가가 진행하는 것이 바람직
- CCTV의 경우 남성 앵커가 42.9%, 여성 앵커가 54.9%로 여성 앵커의 비중이 오히려 높으며, 기본적인 진행방식은 한국과 같이 공동 진행으로 시작하여 단독 진행으로 이어짐

- NHK는 남녀 공동 진행이 65.8%로 다른 국가와는 차이를 보이는데, 이것은 NHK의 뉴스 진행 방식에서 메인 캐스터들 간에 대화를 하거나 코멘트를 나누는 등의 형식이 많기 때문
- 단독 진행방식을 취하고 있는 방송사인 NBC, BBC, ARD의 도입부 소개멘트 현황을 살펴보면, 먼저 NBC는 현재 평일과 주말 모두 남성 앵커가 단독 진행하고 있는데, 분석기간에 12.7%가 나타난 이유는 기존 앵커를 대신하여 여성 앵커가 하루 진행을 맡았기 때문
- BBC의 경우 메인 프리젠티와 릴리프 프리젠티 그리고 주말의 프리젠티가 따로 있는데, 분석기간 동안에는 휴 에드워즈(남), 피오나 브루스(여), 조지 알리가이(남)가 진행을 맡았고, 요일별로 규칙이 지켜지지 않았음. 따라서 여성 앵커의 비중이 48.9%로 비교적 크게 나타남
- ARD의 <타게스샤우>는 앵커가 고정되어 있는 것이 아니라 총 13명(남 7명, 여 6명)의 앵커가 번갈아가며 진행
  - 남성 앵커가 진행한 비중이 61.8%를 기록하여 여성 앵커의 비중 38.2%보다 높았던 것은, 분석대상이 되었던 날짜에 남성이 진행을 맡은 경우가 5일, 여성 앵커가 맡은 경우가 3일이었기 때문

[표 10] 방송사별 도입부 소개멘트

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
남성	118	94	62	45	47	11	75	452
	48.4%	47.7%	87.3%	51.1%	61.8%	14.5%	42.9%	48.8%
여성	118	95	9	43	29	15	96	405
	48.4%	48.2%	12.7%	48.9%	38.2%	19.7%	54.9%	43.7%
공동	8	8	0	0	0	50	4	70
	3.3%	4.1%	.0%	.0%	.0%	65.8%	2.3%	7.6%
합계	254	205	73	88	76	104	175	975
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

### 3. 보도내용

#### □ 보도주제

- 분석결과, NHK를 제외한 6개국 뉴스 보도에서 공통적으로 많이 보도되는 주제가 외교/안보 분야
  - 외교/안보 분야는 NBC, BBC, ARD, CCTV 등 4개 방송사에서 가장 많은 비중을 차지했고, KBS에서는 사건/사고/재해에 이어 2위를, SBS에서는 경제/산업 뉴스와 범죄/경찰 뉴스에 이어 3위를 차지
  - 특히 BBC에서는 30.5%, ARD에서는 30.9%, CCTV에서는 32.1%라는 높은 수치를 기록
- 구체적으로 BBC의 <10 o'clock News>에서는 국내 뉴스와 비슷한 수준으로 유럽과 중동 등 국

제 뉴스를 보도, 특히 중동, 아프리카와 같은 분쟁지역이나 영국과 국제적으로 긴밀한 관계인 미국 뉴스가 많음

- ARD의 <타게스샤우>는 유럽의 중앙에 위치하고 있으며 EU 통합에 주도적인 역할을 해온 독일의 특성에 따라 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 분야에서 유럽과 관련한 이슈를 주요한 뉴스 아이템으로 보도
  - 또한 유럽 전역을 담당하는 국제기구나 유럽 사회에 영향을 미칠 수 있는 유럽 외의 지역에서의 사건에 대해서도 지속적으로 보도하고 있기 때문에 국제 뉴스의 비중이 클 수밖에 없음
- CCTV의 <신문련보>는 다른 기사가 전혀 없이 공산당 관련 뉴스만 있는 날도 있을 정도로 다른 국가와는 뉴스 보도주제에 있어서 차이를 보임
  - <신문련보>는 후진타오 국가주석 등 정부 주요 인사들의 동정 및 해외 순방, 정책홍보, 외국 국가원수 및 주요 인사들의 중국 방문 등에 많은 내용을 할애하고 있으며 중동 및 아프리카 지역의 사건 등 국제 뉴스에도 상당히 주목
- 외교/안보 못지않게 경제/산업 뉴스도 전체 방송사에서 고루 높은 비중을 기록했는데, 경제/산업 뉴스는 모든 국가의 뉴스 보도주제에 있어 가장 큰 비중을 차지한 상위 5위 안에 포함
- BBC와 NHK는 스포츠 뉴스의 비중이 2위를 차지하였는데, 이는 뉴스 구성방식의 차이에서 기인
  - 스포츠 섹션이 방송 말미에 분리되어 있거나 따로 스포츠 뉴스 프로그램이 존재하는 다른 뉴스와 달리 이들 방송사는 스포츠 섹션이 뉴스 중간에 포함

[표 11] 방송사별 보도주제

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
정치/의회	30	13	13	5	9	9	8	87
	9.4%	5.2%	17.8%	5.3%	11.1%	7.8%	4.1%	7.7%
정부/행정	36	24	0	3	12	6	21	102
	11.3%	9.7%	.0%	3.2%	14.8%	5.2%	10.7%	9.0%
외교/안보	40	36	13	29	25	6	63	212
	12.5%	14.5%	17.8%	30.5%	30.9%	5.2%	32.1%	18.8%
법률/재판	7	8	1	1	5	0	0	22
	2.2%	3.2%	1.4%	1.1%	6.2%	.0%	.0%	2.0%
경제/산업	39	37	7	5	11	12	16	127
	12.2%	14.9%	9.6%	5.3%	13.6%	10.3%	8.2%	11.3%
범죄/경찰	25	37	5	9	1	1	1	79
	7.8%	14.9%	9.6%	5.3%	13.6%	10.3%	8.2%	11.3%
사건/사고 /재해	41	22	10	4	0	38	7	122
	12.9%	8.9%	13.7%	4.2%	.0%	32.8%	3.6%	10.8%
교육	11	10	1	1	1	1	14	39
	3.4%	4.0%	1.4%	1.1%	1.2%	.9%	7.1%	3.5%
문화/예술 /학술	15	7	5	4	1	1	22	55
	4.7%	2.8%	6.8%	4.2%	1.2%	.9%	11.2%	4.9%

과학/기술	3	3	4	5	4	2	12	33
	.9%	1.2%	5.5%	5.3%	4.9%	1.7%	6.1%	2.9%
환경/기상	26	18	5	2	1	8	10	70
	8.2%	7.3%	6.8%	2.1%	1.2%	6.9%	5.1%	6.2%
보건/복지 /의료	22	12	3	11	5	3	18	74
	6.9%	4.8%	4.1%	11.6%	6.2%	2.6%	9.2%	6.6%
스포츠	10	9	1	12	4	28	3	67
	3.1%	3.6%	1.4%	12.6%	4.9%	24.1%	1.5%	5.9%
종교	1	1	0	0	1	0	0	3
	.3%	.4%	.0%	.0%	1.2%	.9%	.5%	3.2%
기타	13	11	5	4	1	1	1	36
	4.1%	4.4%	6.8%	4.2%	1.2%	.9%	.5%	3.2%
합계	319	248	73	95	81	116	196	1128
	28.3%	22.0%	6.5%	8.4%	7.2%	10.3%	17.4%	100.0%

- 보도주제에 있어, 분석시점의 이슈가 무엇이었는데가 따라 결과에 큰 영향을 미침
  - 예를 들어, 한국 뉴스의 경우에는 상비약 슈퍼 판매, 대학 등록금 인하, 캠프 캐럴의 오염물질 매립, 집중 호우 등과 같은 이슈가 분석기간 동안 뉴스에 꾸준히 등장
  - 이 때문에 환경/기상 주제나 보건/복지/의료 주제들이 비교적 많이 보도됨

[표 12] 방송사별 보도주제 우선순위(1~3순위)

방송사	1순위 보도주제	2순위 보도주제	3순위 보도주제
KBS	사건/사고/재해	외교/안보	경제/산업
	12.9%	12.5%	12.2%
SBS	경제/산업	범죄/경찰	외교/안보
	14.9%	14.9%	12.5%
NBC	정치/의회	외교/안보	사건/사고/재해
	17.8%	17.8%	13.7%
BBC	외교/안보	스포츠	보건/복지/의료
	30.5%	12.6%	11.6%
ARD	외교/안보	정부/행정	경제/산업
	30.9%	14.8%	13.6%
NHK	사건/사고/재해	스포츠	경제/산업
	32.8%	24.1%	10.3
CCTV	외교/안보	문화/예술/학술	정부/행정
	32.1%	11.2%	10.7%
전체 종합	외교/안보	경제/산업	사건/사고/재해
	18.8%	11.3%	10.8%

## □ 주요 행위자

- 분석 결과, 보도의 주요 행위자에서 공통적으로 공무원과 일반 시민이 다수를 차지
  - NBC를 제외한 6개국 저녁 메인뉴스에서 공무원이 3순위 이내로 자주 등장했고, 역시 ARD를 제외한 6개국 저녁 메인뉴스에서 일반시민이 3순위 이내를 기록
- 특이한 점은 CCTV의 경우, 공무원의 등장비중이 50%를 초과. 아무래도 공산당 중심의 통제사회인지라 정부-당의 주요 인물 중심으로 뉴스가 보도되었음을 확인
- ARD는 여당 정치인보다 야당 정치인을 3배 가량 더 많이 보도했고, BBC와 NBC는 교수/전문가 집단이 상대적으로 많이 등장했는데, 이는 해당국가 정치문화의 단면을 보여주는 것으로 이해
- NHK의 뉴스 보도에서는 연예인/스포츠스타가 자주 등장했는데, 이는 프로야구와 연예 엔터테인먼트 관련 보도가 많이 있었음을 반증하는 사례

[표 13] 방송사별 보도의 주요행위자

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계
대통령	8	5	6	16	10	14	18	77
	2.4%	2.2%	5.9%	10.7%	9.5%	8.0%	8.4%	5.8%
공무원	107	71	7	27	33	29	109	383
	31.9%	28.2%	6.9%	18.1%	31.4%	16.5%	50.9%	28.8%
여당정치인	18	9	8	6	5	10	1	57
	5.4%	3.6%	7.9%	4.0%	4.8%	5.7%	0.5%	4.3%
야당정치인	13	6	7	4	12	8	1	51
	3.9%	2.4%	6.9%	2.7%	11.4%	4.5%	0.5%	3.8%
기업인	28	21	1	6	9	23	8	96
	8.4%	8.3%	1.0%	4.0%	8.6%	13.1%	3.7%	7.2%
노조/시민단체	17	7	2	1	4	5	2	38
	5.1%	2.8%	2.0%	0.7%	3.8%	2.8%	0.9%	2.9%
교수/전문가	31	14	13	27	9	17	13	124
	9.3%	5.6%	12.9%	18.1%	8.6%	9.7%	6.1%	9.3%
연예인/스포츠스타	16	13	4	9	5	28	2	77
	4.8%	5.2%	4.0%	6.0%	4.8%	15.9%	0.9%	5.8%
일반시민	52	54	20	44	6	37	35	248
	15.5%	21.4%	19.8%	29.5%	5.7%	21.0%	16.4%	18.6%
기타	45	52	33	9	12	5	25	181
	13.4%	20.6%	32.7%	6.0%	11.4%	2.8%	11.7%	13.6%
합계	335	252	101	149	105	176	214	1332
	25.2%	18.9%	7.6%	11.2%	7.9%	13.2%	16.1%	100.0%

- 1999년 조사결과와 비교해보면, 당시 한국의 뉴스보도에서 가장 등장빈도가 높았던 행위자들이 일반시민-기타-공무원 순으로 나타나, 이번 조사결과인 공무원-일반시민-기타와 크게 다르지 않음

- 1999년의 조사에서는 공무원과 경찰/법조인, 외교관/군인이 각각 따로 분류되었던 반면 본 연구에서는 이들을 전부 공무원으로 통합하여 분석했기 때문에, 이를 감안하면, 1999년 당시에도 공무원 집단이 가장 주요한 행위자인 것으로 나타남
- 공무원의 비중이 높은 것은 한국 사회에서 정부 등 고위관료 집단이 가장 많은 뉴스를 생산하고 있고, 이들이 뉴스에 대한 접근성이 높음을 반증. 뉴스매체 역시 이들에 크게 의존하는 경향을 보임

## 4. 인터넷 서비스 유무

- 인터넷 서비스가 확산됨에 따라, 각 방송사들은 저녁 메인뉴스를 인터넷을 통해서도 제공
  - 이제는 실제 방송되는 뉴스시간을 놓치더라도 얼마든지 인터넷을 통해 지난 뉴스보기가 가능하며, 각 뉴스 아이템별로 따로 보는 것도 가능하여 원하는 뉴스를 쉽고 빠르게 검색 가능
- KBS, SBS, BBC, ARD, CCTV의 경우에는 모든 뉴스를 인터넷에서 볼 수 있고, NBC의 경우 2.7%를 제외한 나머지를 전부 인터넷에서 제공
  - 반면, NHK는 인터넷에서 제공하는 뉴스가 4.8%에 불과하고, 그마저도 전부 영상만 제공하고 있어 인터넷을 통해 저녁 메인뉴스를 제대로 시청하기 힘들
- KBS, SBS, BBC, CCTV는 모든 기사를 영상과 기사 스크립트 전체를 인터넷에서 볼 수 있으며, ARD는 영상만을 100% 제공. 또한 NBC는 영상과 기사가 모두 제공되는 것이 49.3%, 영상만 제공되는 것이 47.9%
  - 따라서 저녁 메인뉴스를 인터넷을 통해 완벽하게 다시보기 서비스하고 있는 방송사는 한국의 KBS와 SBS, 영국의 BBC, 중국의 CCTV 등 4개 방송사

[표 14] 방송사별 인터넷 서비스 제공 여부

구분	KBS	SBS	NBC	BBC	ARD	NHK	CCTV	합계	
제공	영상+ 기사	254	205	36	88	0	0	175	758
		100.0%	100.0%	49.3%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	77.7%
	영상	0	0	35	0	76	5	0	116
		0.0%	0.0%	47.9%	0.0%	100.0%	4.8%	0.0%	11.9%
제공안함		0	0	2	0	0	99	0	101
		0.0%	0.0%	2.7%	0.0%	0.0%	95.2%	0.0%	10.4%
합계		254	205	73	88	76	104	175	975
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## IV. 분석결과 요약 및 시사점

- 먼저 보도건수를 살펴본 결과, KBS가 하루 평균 31.75건을 보도하여 가장 많았고, SBS와 CCTV가 그 뒤를 이었으며, ARD가 9.50건, NBC가 9.13건을 기록하여 하루에 평균적으로 10건 미만의 아이টে임을 보도하고 있음을 확인
  - 이 수치를 1999년의 조사결과와 비교해보면, KBS는 34.43건에서 31.75건으로 다소 감소한 반면, SBS는 23.50건에서 25.63건으로 소폭 증가
  - 전체적으로 보았을 때, 한국의 뉴스 프로그램이 다른 국가들에 비해 많은 뉴스 아이টে임을 다루고 있음을 다시 한 번 확인
  - 매일 저녁 메인 뉴스 프로그램에서 다양한 뉴스정보를 제공한다는 사실 자체는 바람직하지만, 다만 사안의 경중에 따라, 심층분석과 단신보도를 적절하게 편집하여 방송한다면 시청자들이 시사적인 안목을 기르는데 한결 도움이 될 수 있을 것임
- 보도시간에서 NHK가 254.67초를 기록하여 1개의 아이টে임을 평균 4분 이상 보도했고, BBC가 133.40초, NBC가 110.55초를 각각 기록하여 그 뒤를 이음. 이에 비해 KBS는 88.80초, SBS는 91.27초를 각각 기록하여 아이টে임 1건당 1분 30초 정도를 할애한 것으로 조사됨
  - 기존 연구결과와 비교해보면, 1999년부터 2011년 사이에 KBS의 아이টে임 당 평균 보도시간이 11초 이상 증가. 이처럼 1년마다 평균 1초 정도 보도시간을 증가시킨 것은 기존의 백화점식 나열형 뉴스보도에서 심층 기획취재가 증가했음을 의미
  - 포털사이트를 통해 뉴스속보가 제공하고 있는 디지털 미디어 환경에서 KBS가 아이টে임당 평균 보도시간 증가를 통해 심층뉴스를 강화한 것은 바람직하지만, 공영방송으로서 환경감시 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다는 비판도 제기
- 영상 컷 수를 비교한 결과, KBS가 4,881컷, SBS가 3,825컷, NHK가 3,683컷을 각각 기록하여 다른 방송사 뉴스 프로그램보다 월등히 많은 영상을 제공
  - 2004년의 분석결과와 비교해보면, KBS와 SBS는 전체 영상 컷 수는 제일 많았지만, 방송시간을 감안한 평균 영상 컷 수에서는 7개 국가 뉴스 프로그램 중에서 평균 수치를 기록
  - 한국의 방송뉴스는 많은 영상으로 편집되어 있으며 CG 등 첨단 영상기법 역시 자주 활용되고 있음. 이는 다양한 정보를 소개하고 재미있는 볼거리를 제공한다는 점에서 여타 뉴스 프로그램에 비해 높은 완성도를 지녔다고 평가할 수 있음
  - 다만 뉴스보도의 양대 가치라 할 수 있는 속보성, 즉 신속한 정보제공과 심층성 즉, 맥락을 파헤치는 심층취재가 적절히 조화될 수 있도록 항상 균형감각을 잃지 말아야 할 것임
- 뉴스 진행시 앵커의 역할을 확인한 결과, KBS는 분석기간 동안 남녀 앵커가 정확히 같은 숫자의 아이টে임을 보도했으며, SBS는 여성이 진행한 아이টে임이 약간 많음

- 2004년 조사에서, KBS의 경우, 남성 앵커가 57.4%, 여성 앵커가 42.6%를 담당한 것과 상이. 스트레이트 보도와 심층보도에 있어 남녀 앵커의 역할이 차별성을 보였던 것도 사라져 현재는 별다른 구분 없이 진행
- 이처럼 국내 뉴스 프로그램에서 남녀 앵커의 역할 차별성이 없어진 것은 매우 바람직스러운 현상이라고 평가할 수 있지만, 근본적으로 남자 진행자는 베테랑 기자 출신이 담당하고, 여자 진행자는 미모의 젊은 아나운서가 맡는 캐스팅 구조가 개선될 필요가 있음
- 분석대상인 다른 국가의 뉴스 프로그램 어디에서도 남성 기자, 여성 아나운서 조합으로 뉴스를 진행하는 사례를 찾아볼 수 없음
- 남성이든 여성이든 저녁 메인뉴스의 진행자는 취재기자로서 잔뼈가 굵고 저널리스트로서의 경륜을 인정받을 만한 전문가가 진행하는 것이 바람직
- 뉴스 보도의 주요 행위자를 확인한 결과, 공통적으로 공무원과 일반 시민이 다수를 차지. NBC를 제외한 6개국 저녁 메인뉴스에서 공무원이 3순위 이내로 자주 등장했고, 역시 ARD를 제외한 6개국 저녁 메인뉴스에서 일반시민이 3순위 이내를 기록
  - 1999년 조사결과와 비교해보면, 당시 한국의 뉴스보도에서 가장 등장빈도가 높았던 행위자들이 일반시민-기타-공무원 순으로 나타나, 이번 조사결과인 공무원-일반시민-기타와 크게 다르지 않음
  - 1999년의 조사에서 공무원과 경찰/법조인, 외교관/군인이 각각 따로 분류되었던 반면 본 연구에서는 이들을 전부 공무원으로 통합하여 분석했다는 점을 감안하면, 1999년 당시에도 공무원 집단이 가장 주요한 행위자인 것으로 나타남
  - 공무원의 비중이 높은 것은 한국 사회에서 정부 등 고위관료 집단이 가장 많은 정보를 제공하면서 뉴스에 대한 접근성이 높으면, 언론 역시 이들에게 크게 의존하고 있음을 반증
- 마지막으로 인터넷 서비스를 확인 결과, KBS, SBS, BBC, CCTV는 모든 보도영상과 기사 스크립트 전체를 인터넷에서 확인할 수 있으며, ARD는 영상만을 100% 제공. NBC는 영상과 기사가 모두 제공되는 것이 49.3%, 영상만 제공되는 것이 47.9%
  - 따라서 저녁 메인뉴스를 인터넷을 통해 완벽하게 다시보기 서비스하고 있는 방송사는 한국의 KBS와 MBC, 영국의 BBC, 중국의 CCTV 등 4개 방송사
  - 디지털 저널리즘의 조건이라고 할 수 있는 인터넷 VOD 서비스와 댓글기능 등을 한국의 방송사들은 비교적 충실히 준비했다고 평가할 만함