

# 중앙언론사의 여성언론인 현황조사

발표자 신연숙 대한매일 논설위원

## I. 조사목적

-신문 방송 통신 등 중앙 언론사에서 여기자의 위치와 활동영역, 직업지속성을 파악해 언론사의 여기자 진출 확대 및 지위 향상 방안을 모색하는데 기여하고자 한다.

## II. 조사 및 분석방법

-총 11개 문항의 설문을 작성하여 한국여기자클럽 간사를 통해 가입사별로 현황을 조사하도록 하였다.

-설문지는 11월4일 각 사별 여기자클럽 간사에게 배포해 11월20일까지 수거하였다.

-설문은 각 사별 현황을 간사가 조사해 설문지에 응답하는 방법을 사용하였다.

-회수된 설문지는 종합일간지 9개사, 통신 1개사, 경제지 4개사, 스포츠지 1개사, 영자지 1개사, 방송 3개사 등 총 19개사 였으나 특수지인 영자지는 분석에서는 제외 하였다.

-회수된 설문지를 발표자가 직접 분석하였다.

## III. 조사의 한계

-신속한 결과 수거를 위해 문항을 최소화하고 각 사별 대표자로 하여금 자사 현황을 조사하게 한 후 그 결과를 기입하도록 하였으므로 본격적인 조사결과로는 보기 어렵다.

-언론사별로 조직과 직급체계가 달라 일률적인 분석에서 실제와 오차가 날 수도 있다.

-세계일보 등 일부 언론사의 응답을 수거하지 못하였다.

-여성언론인을 대상으로 한 현황 조사는 97년 한국여기자클럽이 서울에 있는 언론사 18개사 여기자 262명을 대상으로 실시된 이래 추가 조사가 없는 상태로 빠른 시일 안에 본격적인 전수 조사가 이뤄져야 할 것으로 본다.

## IV. 조사결과

### 1. 응답 언론사

설문에 응답한 언론사는 종합일간지로 경향신문, 국민일보, 대한매일, 동아일보, 문화일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레신문, 한국일보 등 9개사, 통신사로 연합뉴스 1개사, 경제지로 내외경제, 매일경제, 서울경제, 한국경제 등 4개사, 스포츠지로 일간스포츠 1개사, 영자지로 코리아 헤럴드 1개사, 방송사로 KBS, MBC, SBS 등 3개사가 있었으나 코리아헤럴드를 제외한 18개 언론사를 분석에 사용하였다.

또한 사별로 신문제작 부서 외에 주간지, 월간지, 어린이 신문 등의 여성언론인 숫자를 함께 조사해 온 곳도 있었으나 통신사를 제외한 나머지 언론사는 편집국과 보도국 관련 인

원 숫자만을 분석에 사용하였다.

## 2. 언론사의 여성언론인 비율

조사결과 18개 언론사의 편집국 혹은 보도국 기자 숫자는 모두 4,402명이었다. 이 가운데 여기자 숫자는 462명으로 10.4%에 해당하였다. 사별로 여기자의 비율은 최저 5.7%에서 최고 17.8%에 이르고 있었다. 여기자가 많은 언론사는 한겨레(17.8%), 대한매일(16.2%), 경향신문(14.2%) 순이었고 여기자가 적은 언론사는 한국경제(5.7%), 연합뉴스(6.7%), 조선일보(7.1%) 순이다.(표1참조)

표1. 중앙 언론사의 여성언론인 비율 현황

(2002.10.30 현재)

언론사명	총 기자 수	여기자 수(비율)	순위
경향	231	33 (14.2%)	3
국민	177	20 (11.2%)	8
대한매일	216	35 (16.2%)	2
동아	267	27 (10.1%)	10
문화	200	26 (13.0%)	5
조선	308	22 ( 7.1%)	16
중앙	362	39 (10.7%)	9
한겨레	224	40 (17.8%)	1
한국일보	234	31 (13.2%)	4
연합뉴스	430	29 ( 6.7%)	17
내외경제	125	11 ( 8.8%)	14
매일경제	200	23 (11.5%)	7
서울경제	145	17 (11.7%)	6
한국경제	243	14 ( 5.7%)	18
일간스포츠	120	11 ( 9.1%)	12
KBS	512	48 ( 9.3%)	11
MBC	263	23 (8.7%)	15
SBS	145	13 (8.9%)	13
총계	4,402	462(10.4%)	

## 3. 여성언론인의 언론계 종사경력

여성언론인의 언론계 종사 경력을 알아보기 위해 언론계 입문 연차별 분포를 알아 보았다. 조사결과 여성언론인 462명중 의 42.8%에 이르는 198명이 경력 5년 미만의 소장 기자였다. 또한 5년에서 10년 미만 기자는 21.4%인 99명, 10년에서 15년 미만 기자는 19.9%인 92명으로 두터운 중간층을 형성하고 있다. 그러나 15년에서 20년미만 경력 기자는 9.5%로 떨어지고 20년에서 25년미만 기자는 4.9%인 23명, 25년 이상은 1.0%인 5명에 그쳐 급격한 하향곡선을 그린다(표 2 참조). 사별로 경향신문, 국민일보, 동아일보, 조선일보, 내외경제, 서울경제, SBS, 등은 경력 20년 이상의 여성언론인이 1명도 없었다.

표2. 여성언론인의 언론계 종사경력 현황

(2002.10.30 현재)

경력	5년미만	5~10년미만	10~15년미만	15~20년미만	20~25년미만	25년이상	총계
기자수 (비율%)	198 (42.8)	99 (21.4)	92 (19.9)	44 (9.5)	23 (4.9)	5 (1.0)	462 (100)

그러나 최근 10년간 추이를 알아보기 위해 한국여기자클럽의 이전 조사와 비교해 보면 15년 이상 경력층이 다소 증가했음을 알 수 있다. 또한 5년 미만 기자 비율이 급격히 늘어 최근 기자채용에서 여기자의 진출이 늘고 있음을 알 수 있다.(표3 참조)

표3. 조사시기별 여성언론인 언론계 종사 경력

	90년	95년	97년	2002년
5년미만	47.3%	39.7	31.7	42.8
5~10년미만	26.3	34.5	33.6	21.4
10~15년미만	25.9	13.9	23.3	19.9
15년 이상		12.0	11.5	16.4
사례수(명)	246	277	262	462

#### 4. 여성언론인의 직급

여성언론인의 대다수인 80.7%, 373명이 평기자이다. 차장급 언론인은 48명, 부장급 언론인은 18명 있으나 부국장급부터는 숫자가 현저히 줄어든다. 부국장급 여성언론인은 9명, 국장급은 6명에 불과하다. 한국일보에 2명의 여성 임원이 있는 것은 이채롭다. 이외 위원이 별도로 직급으로 돼 있는곳이 있어 동아일보가 논설위원1명, 중앙일보가 전문위원2명, KBS가 3명이다. 언론사들 중에 경향신문, 동아일보, 문화일보, 서울경제, SBS 등에는 부장급 이상 여성언론인이 1명도 없다. (표4 참조)

표4. 여성언론인의 직급 분포 현황

(2002.10.30.현재)

직급	평기자	차장급	부장급	부국장급	국장급	위원	임원	총계
기자 수 (비율%)	373(80.7)	48(10.3)	18(3.8)	9(1.9)	6(1.2)	6(1.2)	2(0.4)	462(100)

최근 10년간 부장급 이상의 간부가 증가하고 있으며 특히 최근 5년 사이에 부국장급 이상의 간부는 1.5%에서 4.7%로 3배 이상 그 비율이 늘었다.(표5 참조)

표5. 조사시기별 여성언론인 직급 분포 비교

	90년	95년	97년	2002년
평기자	87.0%	83.0	84.0	80.7
차장/차장급	9.0	10.8	10.7	10.3
부장/부장급	2.8	4.3	3.8	3.8
부국장 이상	0.8	1.8	1.5	4.7
사례수(명)	246	277	262	462

#### 5. 여성언론인의 근무 부서

여성언론인이 가장 많이 근무하는 부서는 문화부로 96명, 20.7%가 속해 있다. 그 다음은 편집부로 각각 20.3%인 94명이 속해 있었다. 그 다음으로 많은 곳은 경제부와 사회부이다. 여성언론인이 가장 적은 곳은 7명(1.5%)에 불과한 체육부, 15명(3.2%)에 불과한 정치부이다(표6 참조).

여성언론인이 대체로 일선기자와 데스크를 거치고 가게되는 부서인 논설위원, 해설위원, 편집위원, 심의위원등 위원실 소속은 13명 (2.8%) 였는데 이가운데 논설 및 해설위원이 11명(2.2%)에 달했다. 경향신문, 국민일보, 문화일보, 조선일보, 내외경제, 매일경제, 서울경제, SBS 등에는 여성 논설위원 또는 해설위원이 1명도 없다. 반면 한겨레와 KBS에는 여성 논설위원(해설위원)이 각기 2명 씩이다.

또한 편집국 부국장, 언론사부설 연구소가 각각 1명이었다. 이밖에 여성언론인들이 근무하는 부서로 국제부(34명 7.3%)가 부상하고 있으며 기타 근무부서로는 교열, 조사, 정리, 지방, 여론부 등이 있다.

표6. 여성언론인의 근무부서 현황

(2002.10.30.현재)

부서	편집	정치	경제	사회	문화 (생활포함)	체육	국제	위원실	기 타	총 계
기자수	94	15	62	59	96	7	34	13	82	462
(비율%)	(20.3)	(3.2)	(13.4)	(12.7)	(20.7)	(1.5)	(7.3)	(2.8)	(17.7)	(100)

최근 10년간 변화추이를 보면 편집부와 문화부에 다수가 분포돼 있는 상황은 변함이 없으나 경제, 사회, 정치부의 증가가 두드러진다.

표7. 조사시기별 여성언론인 상위10개 근무부서

순 위	90년	95년	97년	2002년
1	문화/생활/과학24.4%	편집부 20.0	문화부 19.1	문화/생활과학 20.7
2	출판부 12.6	문화부 18.8	편집부 18.3	편집 20.3
3	교열부 17.1	교열부 9.0	사회부 8.8	경제 13.4
4	조사부 14.6	사회부 7.9	생활/생활과학부 8.8	사회 12.7
5	편집부 6.9	생활/생활과학부 6.5	국제/외신부 7.3	국제 7.3
6	외신부 6.5	조사부 6.5	경제/경제과학부 7.3	정치 3.2
7	사회부 4.9	연예부 5.1	조사부 5.3	위원실 2.8
8	경제부 2.0	출판부 4.3	독자부 3.8	체육 1.5
9	정치부 0.8	국제/외신부 3.6	취재부 3.4	기타 17.7
10	고위간부 0.8	경제/경제외신 2.9	교열/연예부 각 3.1	

#### 6. 여성언론인의 고정출입처

여성언론인의 출입처는 정부기관과 정당, 업계등 기자실이 있는 곳만을 집계하였다. 그 결과 경찰이 가장 많은 18명이었고 정당이 8명, 업계가 8명 등이었다. 개인조사를 한 것이 아니기 때문에 전체적인 출입처 보유현황은 파악할 수 없었다. 97년 조사에서는 전체 여기자의 41.3%가 출입처가 있다고 했으며 생활, 문화, 여성 관련 출입처가 대부분을 차지하고 있었다. 이번 조사에서는 경찰, 정당, 행정부처, 경제계 등으로 출입처가 확산되고 있음을 파악할 수 있었다.(표8 참조)

표8. 조사시기별 여성언론인 상위 20대 출입처

1997		2002	
방송사 5.0%	교육청 1.1	경찰 3.8 (18명)	건교부 0.6
기업체 3.1	경찰서 1.1	정당 1.7 (8)	보건복지부 0.6
예술의 전당 2.7	통산부 1.1	기업 1.7 (8)	외국기업 0.6
정부2장관실 2.3	서울시청 1.1	유통업계 1.5 (7)	교육부 0.4 (2)
여성개발원 1.9	관광공사 1.1	영성부 1.2 (6)	법조 0.4
보건복지부 1.9	국립극장 1.1	경기장 1.0 (5)	소보원 0.4
문화체육부 1.5	증권감독원 1.1	한국은행 1.0 (5)	환경부 0.4
패션업체 1.5	유통업체 1.1	증권 1.0 (5)	시청 0.4
기협중앙회 1.5	소보원 1.1	해외특파원 0.8(4)	외교부 0.4
병원 1.1	증권거래소, 학술단체 정당, 농림부, 전자업체 예술종합학교, 통일원, 영진공, 대한상의, 환경 처 각 0.8	IT업계 0.6(3)	중소기업 0.4

## 7. 여성언론인의 노조 활동 현황

각 언론사 노조에서 간부나 대의원으로 활동하고 있는 여기자는 24명이었다. 경향신문은 부위원장과 여성부장을 맡아 최고위 직을 기록했고 중앙일보는 간부 1명과 대의원 4명을 내고 있었다. 대한매일은 선전실장, 여성부장 등 간부 2명과 대의원 4명이 활동한다. 한겨레도 대의원 4명을 내고 있었다. 7개 사는 노조활동에 참여하는 여성 언론인이 1명도 없었다.

노조는 현실적으로 회사내의 엄연한 권력기구로 기능한다. 따라서 노조의 참여율은 회사 조직 내에서 승진 못지 않게 여기자의 위상과 관련이 있다고 생각된다. 또한 노조는 조합원인 여기자의 권리를 확보하는데도 힘을 발휘할 수 있다. 노조 참여가 많은 사가 상대적으로 회사내 여기자 위상이 높은 것은 이러한 요인이 작용한 것이라고 생각된다.

## 8. 사내 여성언론인 조직 운영

언론사 내 여기자 모임이 있다고 답한 곳은 17개사중 10개사였다. 2개사는 모임은 없으나 비정기적으로 사안이 있을 때 모인다고 응답하였다. 모임 이름까지 갖고 있는 곳은 6개사였다. 활동은 대부분 신입여기자 입사시나 승진, 퇴직시, 해외 연수등에서 귀국 시 식사를 하며 친목을 다지는 정도가 대부분이었다. 한겨레 여기자회와 KBS여기자회 2개사는 친목도모 외에 권익옹호를 운영 목적으로 명시하고 있었다. 또한 중앙일보의 서소문 포럼은 2개월에 1회씩 저명인사를 초청해 토론 간담회를 벌이는 자질향상 성격의 모임을 하고 있었다.

노조와 함께 여기자의 조직화된 목소리를 낼 수 있는 것이 사내 여기자 조직이다. 여기자 조직은 복지, 인사 등 공동의 문제에 대해 정보를 교환하고 대책을 협의하며 회사에 대해 영향력을 행사하는데 효과적이다. 한겨레신문과 KBS에 고위직 여기자가 많은 것도 여기자 모임의 활성화와 무관하지 않으리라 생각된다.

## 9. 여성언론인의 퇴사

여성언론인이 회사를 그만 두는 정도를 알아보기 위해 최근 2년간(200.11.1 ~ 2002.10.30) 퇴사한 여기자의 숫자를 근속 연수 별로 알아 보았다. 그결과 2년간 총 49명이 퇴사한 것으로 조사되었다. 49명은 현 여기자 인원 439명의 11.1% 수준이다.

근속연수별로는 가장 많은 23명( 46.9%)이 5년 미만 근무경력에서 회사를 떠났으며 5년에서 10년미만과 10년에서 15년 미만 연차가 각각 9명 (18.3%)을 나타내었다.(표9참조)

표9. 최근 2년간 퇴직한 여성언론인 현황

(200.11.1 ~ 2002.10.30)

근속연수	5년미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25년이상	총계
기자 수 (비율%)	23 (46.9)	9 (18.3)	9 (18.3)	2 (4.0)	2 (4.0)	4 (8.1)	49 (100)

## 10. 여성언론인의 퇴사 사유

여성언론인의 퇴사 사유는 다른 회사로 직장을 옮기는 이직이 25%로 가장 많았고 전직(18.1%), 학업(15.9%) 순이었다. 그러나 육아나 자녀교육 때문에 회사를 떠나는 경우도 11.3%가 된다. 그밖에 건강, 결혼, 구조조정, 인사불만, 휴식, 남편의 해외근무 등이 퇴사 원인으로 나타났다.(표10 참조)

이직은 최근 신문사간 증면 경쟁으로 인한 인력 수요 증가등이 주요 이유로 해석된다. 전직이나 학업은 언론사 보다 근무여건이 나은 직장이나 경력을 찾아 떠나는 것으로 볼 수 있다. 97년 여기자클럽 조사에서 여성언론인의 언론사 근무조건 전반에 대한 만족도는 만족이 16.0%로 많지 않은 반면 그저 그렇다 52.3%, 불만이다 27.0%로 만족도가 높지 않다.

육아나 자녀교육은 직장여성의 공통된 문제이지만 근무시간이 길고 야근 출장이 많은

언론사에서는 더욱 심각하게 인식된다. 현재 언론사 중 탁아소를 운영하는 곳은 KBS 한곳 뿐이다. 한국기자협회 산하 여성특위가 서울 광화문 지역 내에 언론사 공동 탁아소 개설을 논의하고 있으나 구체적인 진전은 없는 상태이다. 또한 건강으로 인한 퇴사는 격무인 언론사 여건과 관련이 깊은 것으로 생각된다.

표10. 여성언론인의 퇴사 사유

(200.11.1 ~ 2002.10.30)

사유	이직	전직	학업	결혼	육아 및 자녀교육	건강	기타	계
기자 수 (비율%)	11 (25%)	8 (18.1)	7 (15.9)	3 (6.8)	5 (11.3)	3 (6.8)	7 (15.9)	44 (100)

## 11. 요약

언론사의 여성 진출이 늘고 활동 영역도 과거 문화부, 편집부 위주에서 경제부, 사회부, 정치부 등으로 확대되는 추세는 분명하다. 현재 여성언론인은 편집국 데스크, 부국장은 물론 해외 특파원4명, 논설 및 해설위원 11명(조사가 안된 세계일보까지 합치면 12명), 지방 방송 총국장 1명, 언론사내 연구소장 1명, 임원 2명 등 거의 모든 고위직에 진출하고 있다.

그러나 아직도 여성언론인의 비율은 10% 대에 머물러 거의 절반에 육박하고 있는 외국과 비교하면 크게 저조한 실정이다. 또한 거의 반수가 입사 5년 미만의 경력인 상황에서 육아 등이 직무 지속에 커다란 어려움으로 작용하고 있다. 그러나 여성언론인들은 이러한 문제를 공동으로 해결하기 위한 조직 활동에는 소극적인 일면을 보인다.



## 여성언론인의 현실과 문제

: 여성 언론인의 고위직 진출 현황을 중심으로 본 여성 배제 기제

김경희(한림대학교 언론정보학부)

### I. 문제제기

미디어산업은 최근 몇 년간 그 어느 때보다 큰 변화를 겪었다. 보도 부문에서도 가시적인 변화들이 있었는데, 신문의 증면·섹션화와 독자위주의 편집방침과 방송 뉴스의 소프트화가 그것이다. 소프트 뉴스의 증가·섹션화와 독자위주의 편집방침 등은 여기자에 대한 수요를 크게 늘려줄 것이라는 기대를 갖게 했다. 왜냐하면 소프트 뉴스의 증가·섹션화는 문화·레저 및 생활 뉴스의 양을 크게 늘렸고, 독자위주의 편집방침은 그 동안 고려하지 않았던 가정주부와 같은 여성독자의 중요성을 부각시켰기 때문이다.

이러한 변화 덕분인지 언론사 여기자의 비율은 다소 증가했다. 섹션화를 이끈 중앙일보의 경우 2001년 5월 기준으로 여기자가 전체 기자 3백53명 중 11.3%인 40<sup>1)</sup>명으로, 전체 기자 4백2명중 24명(6%)밖에 안됐던 1997년 5월<sup>2)</sup>보다 5.3%포인트 늘어났다. KBS도 1998년 12월 21명(8.1%)(정숙경,1999)에 불과했던 여기자가 2001년 5월 기준 40명으로 증가했다.

그러나 그 내용을 들여다보면 평기자 중 여성의 비율은 증가했지만 차장급 이상 고위직 여성의 비율은 여전히 미미한 수준이다. 중앙일보나 KBS는 신문사와 방송사 중 여기자 비율이 높은 언론사임에도 불구하고, 중앙일보의 경우 차장이상 기자 118명 중 여성은 4명, KBS의 경우 차장 이상 기자 80명 중 여성은 7명에 불과했다.

고위직 여기자들의 비율이 크게 늘고 있는 선진국 언론사의 경향과는 대조적이다. 미국에서는 여성 편집주관을 갖고 있는 신문이 120사나 된다고 한다(Schutts-Brooks,1993:264- 265). 우리나라 언론사의 경우 현재 여성 편집국장(보도국장)은 전무한 상태이다. 이것은 언론사 조직내에서 여기자들이 권력의 핵심으로부터 소외되어있음을 보여주는 단적인 현상이라 할 수 있다.

본 연구에서는 이와 같은 권력핵심으로부터의 여기자 소외현상을 분석해보고, 그 원인

1) 공식자료가 없어, 해당 언론사 소속 기자에게 전화해 인원을 파악했다.

2) 본 연구자가 당시 중앙일보 사내 자료를 통해 분석한 결과

을 밝혀보고자 한다. 권력핵심으로부터의 여성 소외현상을 살펴보려면 뉴스생산과정에 주목해볼 필요가 있다. 뉴스를 취재, 제작하는 과정 속에서 여성이 배제되는 기제가 작용할 수 있고, 여기자를 둘러싸고 있는 사적 영역에서도 남기자와 차별되는 배제기제가 있을 것으로 생각된다.

따라서 본 연구에서는 다음과 같은 문제를 다루어보고자 한다.

1. 뉴스미디어 조직내부에서 여기자들은 권력 핵심으로부터 얼마나 소외되어 있는가?
2. 권력핵심으로부터 여기자 소외현상을 가져오는 여성 배제 기제는 무엇인가?

본 연구에서는 이러한 문제들을 여기자들의 체험기에 대한 텍스트 분석을 통해 밝혀보고자 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 페미니즘적 시각에서 본 전문직 여성의 노동

페미니즘 이론들의 출발점은 성억압이 어디에서 오는가이다. 페미니즘 이론들이 성억압의 원인을 보는 입장은 매우 다르다. 자유주의 페미니즘은 사회의 관습과 전통에서, 마르크스 페미니즘은 자본주의에서, 급진적 페미니즘은 가부장제의 성/성별 체계에서, 정신분석학적 페미니즘은 외디푸스 콤플렉스에서 성억압의 원인을 찾고 있다.

마르크스주의 페미니즘과 정신분석학적 페미니즘·급진주의 페미니즘을 통합한 사회주의 페미니즘은 가부장제와 자본주의를 성억압의 원인으로 파악했다. 이러한 분석은 마르크스주의에서 해결하지 못한 문제- 왜 남성이 아닌 여성이 억압되고 배제되는가 -와 급진주의 페미니즘에서 분석하지 못한 문제- 자본주의로 인한 여성억압 -을 총체적으로 설명할 수 있다는 점에서 매우 설득력 있는 주장이다.

본 연구자는 사회주의 페미니즘이 성억압을 가장 잘 설명했다고 생각한다. 왜냐하면 가정이든, 직장이든 현대사회의 모든 분야에서 가장 큰 영향을 미치고 있는 것이 자본주의적 속성과 가부장제라고 생각되기 때문이다. 현재의 한국사회는 자본주의 사회이다. 마르크스 페미니즘이 지적한 대로 계급에 의한 모순과 불평등이 존재하고 있음을 부정하기 어렵다. 그러나 특히 우리사회에서는 자본주의만으로는 설명할 수 없는 여성억압들이

많이 존재한다. 같은 직장, 같은 직위를 가진 남자와 여자사이에도 엄연한 차별이 존재하는 것이다. 이러한 현실은 자본주의만으로 설명할 수 없는 여성억압의 원인이 존재한다는 것을 보여주는 것이며, 그 원인을 자본주의와 결합한 가부장제에서 찾을 수 있다는 것이 본 연구자의 입장이다.

이러한 사고는 대부분의 페미니즘이론들이 중요하게 다루고 있는 노동에 있어서의 성별역할구분에 관한 이해를 통해 더 확고해질 수 있다.

사회주의 페미니즘은 '여성은 가사, 남성은 생산'이라는 성별 분업과 노동시장에서의 남성 지배적 직업분리는 자본주의 때문이 아니라 가부장제와 자본주의가 연합한 결과라고 분석한다.

이러한 입장은 자본주의와 가부장제를 각각의 별개의 사회관계의 형태라고 보는 이원 체계이론과 자본주의와 가부장제는 분리될 수 없는 하나의 개념으로 함께 분석되어야 한다는 통합체계이론의 두 가지로 나뉘어진다. 우리사회에서 가부장제와 자본주의가 결합되어 발생하고 있는 현상들을 각각의 요소로 분리하여 분석한다는 것은 현실적으로 불가능한 일이라고 생각한다. 따라서 본 연구자는 사회주의 페미니즘 중 통합체계이론의 입장에서 본 연구를 진행하고자 한다. 특히 통합체계이론을 대표할 수 있는 엘리슨 제거의 입장을 취하고자 하는데, 제거는 소외가 마르크주의 페미니즘, 급진적 페미니즘, 정신분석학적 페미니즘, 자유주의 페미니즘 사상의 주요한 통찰력들을 수용할 수 있을 만큼 충분히 강력한 이론적인 구조를 우리에게 제공할 개념이라고 주장했다(Tong,1989:186). 여기서는 엘리슨 제거가 제시한 소외의 개념을 가지고 뉴스생산자로서의 여기자에 대해 분석해보고자 한다.

## 2. 뉴스미디어 조직내 권력핵심으로부터의 여기자 소외현상과 원인 분석

그렇다면 여기자의 소외는 어떻게 정의할 수 있을 것인가? 가부장적 자본주의 사회에서의 여기자의 소외를 가장 잘 보여주는 것이 '여성의 주변부화'라고 생각된다.

여성의 주변부화란 조직의 중심적인 위치에 놓여있는 남성과 달리, 여성은 주변적인 위치에 놓여 조직의 목표와 전략을 결정짓는 권력으로부터 떨어져있는 상태라고 정의할 수 있겠다. 일반적으로 권력이란 어떤 사람이나 집단이 다른 사람이나 집단에게 영향력을 미칠 수 있는 잠재적인 능력으로 정의된다(Yukl,1989). 뉴스의 사회적 의미를 고려할 때 뉴스생산조직에서 가장 중요한 권력은 편집방침을 결정하고 그 방침에 영향력을 행사

하는 것이라고 할 수 있다. 그러한 의미에서 여기자의 주변부화는 '여성이 언론사의 편집 방침을 결정하고 그 방침에 영향력을 행사할 수 있는 조직내 위치로부터 벗어나 있는 상태'로 여성의 주변부화를 개념화할 수 있겠다. 특히 여기서는 합법적 권력을 행사할 수 있는 공식적 직위-즉 편집국장, 부장, 차장-에 주안점을 두고 뉴스조직내의 여기자의 주변부화를 이해해보았다.

그렇다면 이러한 여기자의 소외를 야기하는 원인은 무엇인가? 본 연구자는 앞서 제시한 사회주의 페미니즘 통합체계이론에 입각하여 가장 근본적인 원인을 자본주의적 가부장제라고 보고 있다. 이러한 자본주의적 가부장제로 인해 뉴스생산과정에서 여성을 소외시키는 배제기제가 작용하고 있고, 그것이 여기자의 소외를 낳고 있다고 보는 것이다.

그 동안 몇몇 연구자들은 미디어 생산자를 연구하는 분석적 틀을 제시해왔다. 디믹과 코이트(Dimnick and Coit, 1982:3-32)은 개개인의 커뮤니케이터, 다른 개인과의 접촉, 공식적·비공식적 모임, 조직적 구조, 시장에서의 미디어위치, 미디어시장의 경쟁적 구조, 전체 산업조직, 국가정책, 커뮤니케이터산업이라는 9개의 상호독립적 수준에서 연구되어 질 수 있는 계층구조를 분석 틀로 제시하였다.

여기서는 뉴스생산과정에 있어서의 여성의 배제기제를 여기자와 밀접하게 관련이 있는 영역, 즉 여기자가 실질적으로 활동하고 있는 영역별로 나눠 이해해보고자 한다. 여기자들을 둘러싸고 있는 영역은 크게 공적영역과 사적영역의 두 차원에서 논의할 수 있다. 공적 영역이란 가정 밖의 영역을 의미하는데, 뉴스조직으로부터의 배제기제와 사회로부터의 배제기제로 나눠 살펴보았다. 여기서 배제기제란 여성을 소외시키는 사회적인 인식, 관습이나 문화를 의미하는 것이다.

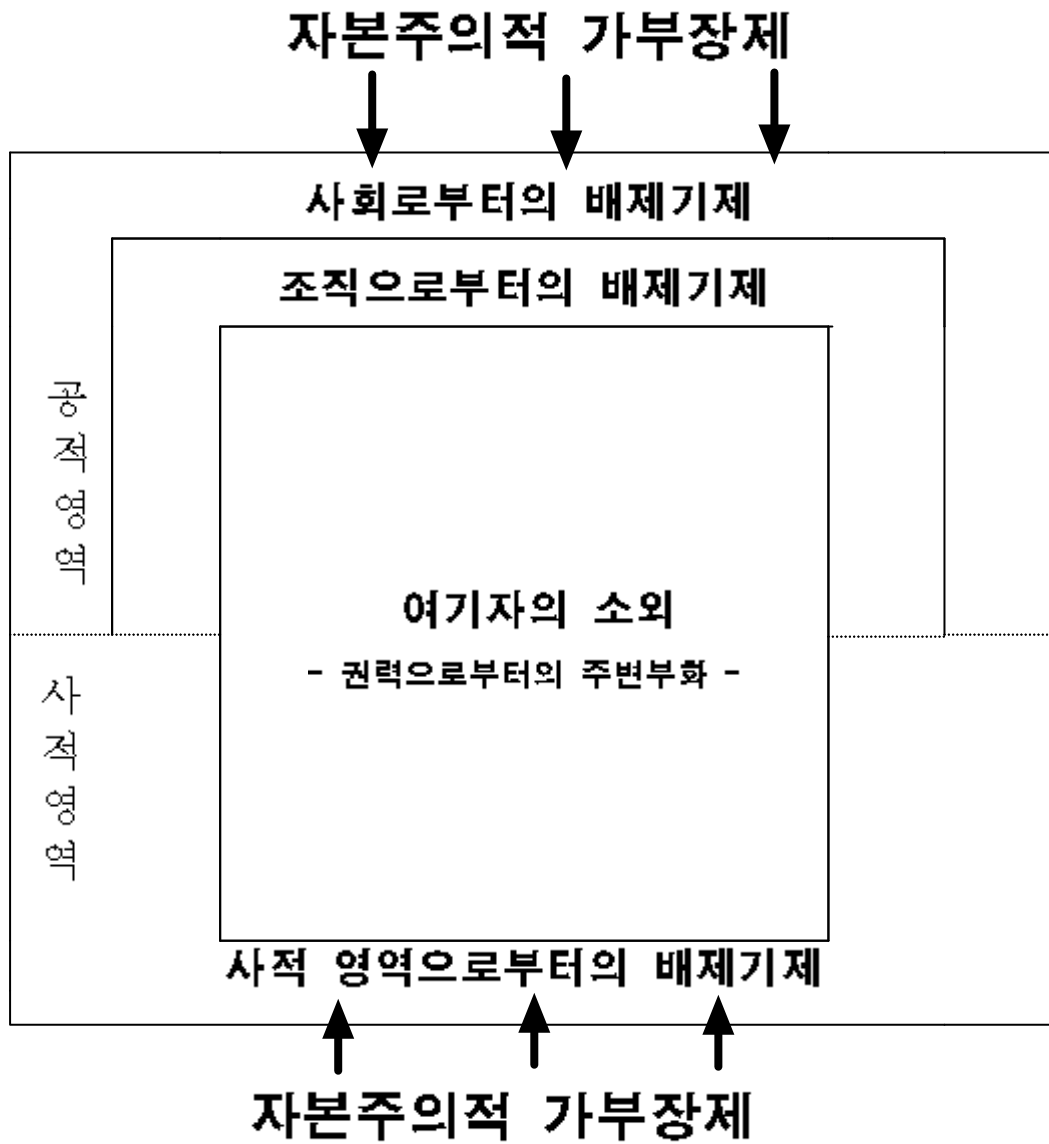
뉴스조직으로부터의 배제기제란 여기자가 속해있는 신문사 조직이나 방송사 조직내에서 여성을 배제시키는 기제를 의미한다. 남성 중심적인 언론사 조직의 운영과 체계 속에 여성을 배제하는 기제들이 작용하고 있다는 것이다.

사회로부터의 배제기제는 신문사나 방송사 외부의 영역에서 나타나는 여성을 배제하는 기제를 의미한다. 인백위주의 커뮤니케이션이 이루어지고 여성을 무시하는 풍조가 만연화 되어있는 우리 사회에는 여성이 남성만큼 기자로서 취재하기 어려운 배제기제가 있다는 것이다.

사적 영역으로부터의 배제기제는 가정생활과 관련된 문제로 인해 여성이 기자로서 생활하는 것을 방해하는 기제를 의미한다. 이러한 배제기제들은 공적 영역에서 여기자를 배제시키는 빌미로 작용할 수 있다.

지금까지 논의한 이론적 틀을 도표화하면 [그림 1]과 같다.

[그림-1] 본 연구의 이론적 틀



### III. 연구방법

먼저 언론사 조직내 권력핵심으로부터의 여기자 주변부화 현상을 알아보기 위해 2001년 5월 주요 언론사 소속 기자들에게 문의하여 전체 평기자수·여성 평기자수, 차장이상 기자수·차장 이상 여기자수를 조사하였다. 공식통계자료를 알아보고자 했으나 최근 집계된 공식자료가 없었고, 인사팀을 통해 신뢰성 있는 데이터를 얻고자 했으나 각 언론사에서 공개를 꺼리는 연유로 인맥을 동원한 조사에 그쳤다. 따라서 일부 오류가 있을 수 있으나 현황에서 크게 벗어나지 않을 것으로 판단해 개별 기자들의 전화조사 결과를 분석했다.

한편 여기자의 배제기제를 밝혀내기 위해 한국여기자 클럽에서 1년에 한 번 발간하는 '여기자'에 게재된 체험기 107편(90년1호부터 2001년 11호까지)을 분석해보았다. 이러한 질적인 연구방법을 사용한 이유는 뉴스생산과정에서 나타나는 배제기제는 명확하게 드러나는 것이 아니라 아주 은밀하게 작용되는 것이고 상황에 따라 다르게 나타나는 것이어서, 여기자들이 실제 몸으로 부딪치며 느낀 경험을 통해서만 찾아낼 수 있을 것으로 판단했기 때문이다.

분석은 다음과 같은 순서로 진행되었다. 먼저 전체 분석 대상인 각각의 체험기 중 뉴스생산과정에서 작용하고 있는 배제기제를 나타내는 문단들을 선택하여 목록화했다. 두 번째로 각 체험기별로 모아진 배제기제에 관한 글들을 사회(취재)영역, 뉴스조직내 영역, 사적 영역에서의 세 영역별로 목록화하였다. 세 번째로 세 영역별로 모아진 문장들을 분석하여 비슷한 배제기제를 나타내는 문장들로 유목화하였다. 마지막으로 각각의 유목들을 분석하여 해당 배제기제를 가장 잘 설명할 수 있는 개념으로 이름 붙였다.

### IV. 연구결과 및 논의

#### 1. 권력핵심으로부터의 여기자의 주변부화

여기자들이 언론사내에서 파워를 행사할 수 있는 위치에 있는지를 알아보기 위해 KB S·MBC 등 전국 네트워크 방송사와 유선방송 뉴스전문채널 YTN, 전국 종합일간지 동아·조선·중앙일보를 대상으로 각 언론사내에 전체 평기자 중 여성이 차지하는 비율과 차장 이상 기자들 중 여성의 비율을 조사했다.

<표 1>에 따르면, KBS와 중앙일보가 각각 40명으로 여기자가 가장 많은 언론사로 나타났다. 이들 언론사에서도 여기자의 비율은 14%미만이였다. 평기자 중 여기자의 비율은 KBS(15.5%), YTN(15.3%), MBC(10.5%)가 10%이상으로 분석됐고, 중앙일보(15.6%)를 제외한 동아일보(8.7%), 조선일보(6.6%) 등 신문사는 10%에도 못 미치는 것으로 나타나 여성인력 채용에 있어서 신문사가 방송사보다 더 여성 차별적인 조직임을 알 수 있었다.

차장 이상 여성의 비율은 가장 높은 KBS조차 8.8%로 10%에 못 미쳤고, 나머지 언론사들은 5%도 안 되는 것으로 나타났으며, 조선일보의 경우 차장이상 여성은 단 1명뿐인 것으로 집계됐다. 언론사내에서 여기자들이 권력 핵심으로부터 주변부화되어 있음을 알려주는 분석결과이다.

이 결과는 여성이 언론사에 본격적으로 진입하기 시작한 시기가 불과 몇 년 안 됐기 때문에 나타난 현상으로 해석해 볼 수 있다. 즉 시간이 지나면 경력을 쌓은 여성들이 권력의 핵심으로 들어갈 수 있다고 낙관해 볼 수 있을 것이다. 그러나 이미 경력을 쌓은 여기자들이 자의든 타의든 더 이상 승진하지 못하고 퇴사한 경우가 적지 않으며, 고위직으로 승진한 여기자조차 권력의 핵심 부서에서 밀려나 주변 부서에서 일하게 되는 현상<sup>3)</sup>이

3) 권력부서에서의 배제라는 여기자의 수평적 주변부화도 큰 문제점으로 지적할 수 있다. 본 연구자는 여기자의 수평적 주변부화를 살펴보기 위해 1997년 한국여기자 클럽에서 여기자와 남기자를 대상으로 한 원 자료를 얻어 연구자의 설계에 맞도록 분석해본 적이 있다. 그 결과를 간단히 설명하면 다음과 같다. 권력부서에서의 여기자의 배제를 알아보기 위해 먼저 권력부서를 선정했다. 15개의 언론사 보도국장(편집국장)들의 부장시절 부서경력을 정리해서 '15개 언론사 편집(보도)국장이 부장 시절 수행한 부서 중에서 3번 이상 선정된 부서'를 권력부서로 정의한 결과 경제부, 사회부, 정치부가 권력부서로 선정되었다(표-2 참조).

[표-2] 선정된 부서별 표본수

부장시절 수행 부서	표본수
경제부	6
사회부	5
정치부	3
국제부	2
산업부	2
유통부	1
과학기술부	1
총 부서 수	20

다음으로 조사된 여기자들의 소속부서를 [표-3]과 같이 정리하여 보았다. 여기서는 출판부, 편집위원, 네트워크부 등 공통적으로 언론사에 포함되지 않은 기타 부서에 소속된 여기자들을 제외한 236명에 대해 분석하였다.

[표-3]여기자들의 소속 부서

심화될 가능성도 있다.

또 뉴스 생산과정에서 여성을 권력 핵심으로부터 배제하는 기제가 작용하고 있다면 그 기제가 해결되지 않는 한 큰 변화는 없을 것으로 예상된다. 따라서 우리는 뉴스생산과정에서의 여성배제기제에 주목해볼 필요가 있다.

<표 1> 언론사내 여성 평기자 수와 차장 이상 여기자 수(지방주재기자 제외)  
(단위:명)

언론사	전체 기자수	여기자수 (백분율)	평기자수	여성평기자 수 (백분율)	차장이상 기자 수	차장이상 여기자수 (백분율)
KBS (사진기자제 외)	215	40(18.6%)	140	33(23.6%)	68	7(10.3%)
MBC	292	21( 7.2%)	124	13(10.5%)	168	8( 4.8%)
YTN	188	21(11.2%)	124	19(15.3%)	64	2( 3.1%)
동아일보	311	23( 7.4%)	231	20( 8.7%)	80	3( 3.8%)
중앙일보	353	40(11.3%)	235	36(15.6%)	118	4( 3.4%)
조선일보	321	19( 5.9%)	271	18( 6.6%)	50	1( 2.0%)

※ 조사기간 : 2001.5.17-5.25. 각 언론사 소속 기자를 통한 개별 조사

## 2 여기자의 배제기제에 대한 연구결과

### 가. 사회(취재영역)로부터의 배제기제

여기자들의 체험기를 분석한 결과 본 연구자는 사회(취재영역)로부터의 배제기제로 권

부서	문화 대중문화 연예	편집	생활 여성	사회	국제 외신 해외	경제	조사	여론 독자	교열	정치	레저 체육	사진	전체
명	59	48	25	23	20	19	14	10	8	5	3	2	236
%	25.0	20.3	10.6	9.8	8.5	8.1	5.9	4.2	3.4	2.1	1.3	0.9	100.0

[표-3]에 나타나 있듯이 경제·정치·사회부와 같은 권력부서에 소속되어 있는 여기자의 비율은 20%선에 그쳤으며, 여기자들의 55.4%가 문화·편집·생활여성부에 소속되어 있었다. 이같은 결과는 여기자들이 권력부서에서 배제되어 있으며 소위 여성에게 적합하다고 인식되고 있는 부서로 주변부화되어 있음을 보여주고 있는 것이다.



위적 정보수집, 비윤리적 타협문화, 비공식적 커뮤니케이션, 전통적 여성관 등을 찾아내었다. 좀 더 구체적으로 논의해보면 다음과 같다.

#### (1) 권위적 정보수집

권위적 정보수집이란 기자가 주도권을 갖고 있는 권력자로서 약자인 취재원에게 강압적으로 정보를 수집하는 방식을 의미한다. 문제는 이러한 방식이 기자들과 취재원들에게 자연스럽게 받아들여지고 있다는 점이다. 여자의 능력을 과소 평가하는 사회풍조에서 이러한 정보수집방식은 여성에게는 매우 불리한 요소이다.

“이럴 때 남자기자들은 목소리를 결속하게 내리깔고, 대부분의 형사들은 ‘이 자가 꽤 경력있는 기자구나’하고 고분고분해진다. 그러나 상대가 여기자일 경우 농을 걸어오는 경우도 있어 울화가 치밀게 한다.” (1993:142-143)<sup>4)</sup>.

이러한 취재방식은 여기자들에게 하나의 강박관념처럼 작용하여 자연스럽게 못한 행동을 유발하기도 하고, 그러한 행동은 오히려 역효과를 가져오는 경우가 있다고 여기자들은 기록하고 있다.

“경찰기자를 처음 시작하는 여기자들은 이런 강박관념에 사로잡혀 취재를 나가서도 일부러 말을 거칠게 내뱉는다는지 사소한 말에도 화를 낸다. 이 때 취재원은 여기자가 건방지고 오만불손하다고 판단, 기피해버리는 경우도 있다.” (1993:138-139)

이러한 실패는 여기자들 나름대로의 정보수집 방법을 강구하려는 노력으로 발전되고 있긴 하지만, 새로운 취재 방식을 찾는다는 일이 쉽지 않은데다 권위적 정보수집방식에 익숙해져있는 취재원들에게 새로운 취재방식이 얼마나 받아들여질지는 알 수 없기 때문에 여기자들의 고민은 계속되고 있는 것이다(1994:162).

#### (2) 비윤리적 타협문화

비윤리적 타협문화란 윤리적으로 잘못된 일이지만 그것이 이루어지고 있는 현실을 받아들이는 문화를 의미한다. 예를 들어 성의 상품화가 비윤리적인 것인 줄 알면서도 퇴폐 문화를 향유한다든가, 취재원의 사생활을 캐다든가, 촌지를 받는 것과 같은 행위를 말한다.

---

4) 1993년에 발행된 ‘여기자’의 142-143쪽에 실린 내용을 인용했다는 표시임.

이러한 비윤리적 타협문화는 반드시 여기자에게만 해당되는 것은 아니다. 특히 촌지의 부분은 그러한 상황에 직면했던 대부분의 기자들이 느꼈던 갈등일 것이고 그러한 비윤리적 타협에 참여하지 않는 남기자들이 많이 있을 것으로 생각된다.

그럼에도 불구하고 비윤리적 타협문화를 여성의 배제기제로 이해하게 된 것은 다음과 같은 이유에서이다. 즉 자본주의적 가부장제 사회에서는 여성들이 비윤리적이라고 생각하는 것에 대해 남성은 여성만큼 윤리적인 의미를 부여하지 않는 경우가 많다는 점이다. 남성적인 성의 상품화가 그 대표적인 예로, 여성접대부가 나오는 장소에서 접대를 받는 것에 윤리적인 의미를 크게 부여하는 남성들은 별로 없을 것이다.

비윤리적인 부분에 잘 타협하지 못해 배척당할 것을 우려하는 내용은 여기자들의 체험기 곳곳에 기록되어 있다. 여기자들에게 가장 많이 언급된 것은 촌지문제였다.

“개인적으로 건네지는 촌지는 쉽게 거절할 수 있어도 기자단을 통해 배분되는 것은 거절하기 어려웠다. 대부분 선배들이고 남자들인 기자단내에서 혼자 뛰는 행동을 보여 배척당하지 않을까 하는 ‘적응논리의 견제’ 때문이었다.”(1990:161)

이러한 동료들로부터의 배척보다 더 중요한 것은 취재원이 촌지를 거부하는 여기자들 어떻게 볼 것인가 하는 것이다.

“묘한 것은 일종의 거래가 이뤄진 사이끼리 ‘우리는 하나’라는 의식이 심어져 ‘진한 기사’를 서로 주고받는 편의가 가능하다는 점이다.”(1991:225)

문제는 이와 같이 촌지를 주고받고 하는 행위가 비윤리적인 행동을 공유했다는 점에서 취재원과 기사사이에 생길 수 있는 동류의식이다. 그런 동류의식은 비윤리적 행동을 공유하지 못한 기자들을 배제시키는 기제로 작용할 수 있는 것이다.

다음으로 지적할 수 있는 비윤리적 타협문화는 성의 상품화를 의식하지 못하는 남성적 가치관에서 비롯되고 있음을 알 수 있었다.

“출입처나 기업 등에서 제공되는 저녁 술자리도 몹시 고민스런 문제로 등장했다. 제대로 대접했다는 소리를 듣기 위해, 마치 비싼 술이나 안주를 준비하듯 접대부를 동원하기 때문이다.”(1990:161-162)

기자들과 취재원과의 유대가 이루어지고 정보들이 오가는 자리가 여성들이 받아들이기 어려운 비윤리적인 장소라면 여기자는 자연스럽게 배제될 수밖에 없는 것이다.

### (3) 비공식적 커뮤니케이션

비공식적 커뮤니케이션이란 공식적 장소가 아닌 비공식적 장소에서 취재원과 기자사이에 이루어지고 있는 커뮤니케이션을 의미한다. 즉 술자리나 목욕탕 같은 곳에서 취재원과 기자사이에 중요한 정보들이 오가는 것을 말한다. 이것은 취재원의 대부분이 남성임을 고려할 때 목욕탕과 늦은 술자리는 여성이 참여하기 어려운 장소이기 때문에 이러한 비공식적 커뮤니케이션은 여성을 배제하는 기제로 작용하고 있는 것이다. 여기자의 체험기들은 이러한 문제점으로 인해 취재를 하는데 남성보다 훨씬 많은 노력을 기울여야했던 상황들을 기록하고 있다.

“여기자의 사회부 취재에는 한계가 있다. 남자라면 하나의 힘만 쏟으면 될 일에 여기자는 3배, 4배의 노력을 해야 한다. 취재시간이 낮시간에 한정되고 취재원을 접하는데도 한계가 있기 때문이다. 남자라면 목욕탕, 잠자리까지 동행할 수 있는데도 여기자에게는 그런 추적이 불가능한 것이다”(1990:149)

“남자기자가 남자취재원을 상대로 술집·목욕탕·화장실에서 취재한다는 얘기를 들을 때는 솔직히 부럽기도 하고 불공평(?)하다는 생각까지 들었다.”(2000:44)

이외에도 많은 기록들이 있었는데 여기자들은 이러한 비공식적 커뮤니케이션이 여성을 정치, 경제와 같은 권력부서에서 배제시키고 주변부화시키는 요소로 작용하고 있다고 지적하고 있다.

“한 번은 경제부 선배와 저녁을 먹으면서 “나도 경제부에 가고 싶다”는 식의 얘기를 한 것 같다. 그 때 그 선배 왈, “여자는 어려울 걸! 취재원들하고 목욕탕도 같이 가고 그래야 그런데서 취재거리도 나오고 하는데 그런 취재를 할 수 있나?”(2001:80)

“업계에 출입하는 모 선배 지적대로 아직도 사람 사귀는 것이 술자리와 사우나, 골프장에서 주로 이뤄진다는 우리나라 풍토에서 여기자가 경제부에서 자리잡을 틈새는 아주 비좁은 것이 현실이다.”(1997:80)

위와 같은 상황이 ‘여기자는 사우나 교제, 룸살롱 만남이 어려워 취재원들과 끈끈한 관계를 유지할 수 없고 그래서 고급정보를 잡아내기 힘들고 그러니까 문화부 정도가 좋다’는 고정관념을 만들어내는 것이다(1993:134).

### (4) 전통적 여성관

전통적 여성관이란 '여성은 사적인 영역에서 일하는 것이 어울리며, 여성은 불미스런 존재이고, 여성은 어렵고 복잡한 분야를 이해하는 능력이 떨어진다는 여성에 관한 인식'을 말한다.

기자는 사회에서 인정받는 전문직임에도 불구하고, 이러한 여성관은 사회 깊숙이 뿌리 박혀 있어 취재영역에서 여성들이 기자로서 활동하기 어렵게 하는 배제기제로 작용하고 있는 것이다. 전통적 여성관과 관련된 배제기제는 크게 세가지로 이해해볼 수 있다. '기자는 남자직업'이라는 인식과 '여기자는 기자이기 이전에 여성'이라는 인식, '여성무시풍조'가 그것이다.

여기자들은 취재 과정에서 '기자는 남자직업'이라는 인식과 아주 자주 부딪치게 된다. 회사에서 '기자 좀 바꿔달라'는 전화를 받는 경우(1991:157)나, 여기자가 담당기자라고 이야기하면 의외라는 듯 '어 여자네'하는 말이 튀어나오는 경우(1991:211)는 여기자라면 누구나 한두번쯤 경험해본 일이라고 여기자들은 기록하고 있다.

"이 상황에서 '여기자'임을 들키는 건 치명적이다. "역시"로 시작되는 항의전화는 태연히 듣기 힘들만큼 상처가 된다..... "어라, 여자였어요?"로 시작되는 팬메일이 들이닥치기도 한다. 여기자가 썼다고 트집잡는 독자의 존재도 곤혹스럽지만, 여기자가 썼다고 기록해하는 독자의 존재는 못지 않게 비참하다."(2001:99)

문제는 이러한 인식이 여기자가 자유롭게 취재활동을 하는데 직접적인 장애물이 되고 있다는 점이다. 여기자들은 출입처를 들어갈 때 남기자보다 엄격한 절차를 거쳐야하고 취재원들에게 자신이 기자라는 점을 인식시키기 위해 한두마디라도 더해야만 한다(1990:175). 이것은 아주 사소한 것이라 해도, 자신을 취재하러 온 기자가 '여성'인 것을 인정한 취재원들이 중요한 정보제공에 있어서 여기자에게 비중을 두지 않는다는 점은 간과할 수 없는 문제인 것이다(1994:194)

전통적 여성관에서 비롯된 두번째 배제 기제는 여기자를 '기자이기 이전에 여성'이라고 보는 것이다. 가장 원시적인 경우는 '여성은 재수가 없는 존재'라는 인식을 갖고 여기자를 대하는 것이다. 경기전에 여자가 들어오면 게임에 진다거나(1992:233), 공사장에 여자가 들어오면 사고가 난다는 등의 인식(1992:163)이 그것이다.

문제는 이러한 인식 때문에 취재원들은 남기자를 대하는 만큼 여기자에게 정중하지도 않고 남기자에게 제공하는 정보만큼 비중있는 정보를 제공하지 않는다는 점이다. 여기서 여기자들은 여성의 벽을 실감하게 되는 것이다(1991:233). 이러한 인식은 여기자를 성적으로 희롱하는 수준까지 발전된 경우도 있다는 점에서 문제는 더욱 심각하다고 하겠다

(1997:120-122).

“내가 ‘김수혜기자’라고 찍힌 명함을 내밀 때, 함께 한 동료 기자나 취재원이 ‘기자’를 보기 앞서 ‘여자’만 본다면 맥이 탁 풀린다. 다른 여성들도 마찬가지일 것이다. 일터에서 뛰는 여자들에게 성적 대상화만큼 넘기 힘든 장벽은 없다. 나는 그 장벽에 분노했다”(2000:40)

전통적 여성관에서 비롯된 세 번째 배제 기제는 여성을 무시하는 문화이다. 여자의 지적수준에 관한 무시, 여성의 능력에 대한 무시 등 모든 것에서 여성은 남성만큼 믿을만한 존재가 아니라는 인식이다.

“문화재를 처음 맡았을 때 이 분야 전문가들의 반응은 믿지 못하겠다는 빛이 뚜렷했다. 그 어려운 내용을 이해나 할 것인지, 또 얼마나 오래 할 것인지 의심된다는 것이었다. ... 심지어 고 김원용 박사는 명함을 내밀며 인사를 했을 때 인사조차 받지 않았다.”(1995:182)

여성을 무시하는 취재원이 남기자에게 하듯 여기자에게 고급정보를 제공하는 경우는 드물 것이다. 따라서 여기자가 남기자 만큼의 정보를 수집하기 위해서는 남기자의 몇배에 달하는 노력을 해야하며, 취재원의 무시가 사라지지 않는 한 그러한 노력은 아무런 성과도 가져오지 못할 것이다.

## 나. 뉴스조직으로부터의 배제기제

여기자 체험기에 나타난 뉴스조직으로부터의 배제기제로는 ‘남성적 유대관계’, ‘소프트뉴스의 평가절하’, ‘여성 불신문화’, ‘여기자<들>에 대한 정형화’ 등을 들 수 있다. 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

### (1) 남성적 유대관계

남성적 유대란 남성이 자신의 동성에 대해 지니는 비성적 선호에 기반하는 것으로, 남성들이 조직내의 자원에 대한 통제력을 지닌 상황에서 남성들은 서로를 생산적이고 매력적인 존재로 평가하면서 상호 동일시의 경향을 강화하게 되는 현상을 의미한다 (Lipman-Blumen, 1976:163). 이러한 남성적 유대는 은밀하게 비공식적으로 이루어지는데, 여기자들은 그러한 비공식적 유대관계가 자신들을 조직내에서 배제시키고 있다고 지

적하고 있다.

이러한 남성적 유대를 파악한 여기자들 중에는 남성적 유대에 끼어들기 위해 남성적 문화를 체득하여 남성처럼 행동하려고 노력하는 여기자들도 있지만, 그러한 행동을 하는 여기자라도 남성적 유대에 파고들어갈 수는 없다. 남성들에게 그러한 여기자는 '여자답지 못한 여자'일 뿐 그들 유대에 포함될 일원일 수 없다는 게 남기자들의 생각이라고 여기자들은 기록하고 있다(1995:193-194).

문제는 그러한 비공식적 관계가 공식적 영역의 역학관계에 커다란 영향을 미친다는 점이다. 그러한 관계가 인사과정 속에 반영되어 여기자들을 조직의 중심부분에서 밀어내고 주변부화 시키도록 만든다는 것이다. 이러한 과정은 아주 은밀하게 일어나며, 그에 따라 여기자들은 자신의 의사와 전혀 상관없는 분야에서 일하게 되는 경우가 많다. 물론 남기자들도 인사조치에 의해 원하지 않는 부서에서 원하지 않는 분야를 맡는 경우가 있다. 그러나 여기자들은 그 정도가 심하다는 것이다. 흔히 말하는 여기자에게 적합한 일로 우선 배치되는 경우가 다반사이고, 특히 남기자와 여기자가 경합이 붙었을 때 능력보다는 성적 판단기준에 따른 인사조치가 상당수 존재한다는 것이 여기자들의 주장이다(1995:195).

여성데스크가 쓴 다음의 글은 남성적 유대관계가 굳건한 뉴스미디어조직에서 여성이 살아남는다는 것이 얼마나 힘든지를 단적으로 보여주고 있다.

“튀어서도 안되지만 모자라서도 안 된다. 그러니 조금만 실수하면 더욱 두드러지고 잘하면 무슨 출세하려고 그렇게 회사에 열성이나고 한다. ...선배들 말씀이 너 무 튀면 일찍 썩이 잘려 오래 견디기 어렵고 조금 처지면 과대 포장돼서 단번에 찍힌단다. 적당히 해야 한다는 것이다. 올라갈수록 더욱 어렵다고 한 말 뜻을 이제는 십분 이해하고도 남는다. 남성 중심의 조직사회에서 20년 가까이 지내왔는데도 얼마나 더 이해할 수 없는 부분들이 남아있는 걸까.”(2000:117)

## (2) 소프트 뉴스에 대한 평가 절하

뉴스생산과정에서 작용하고 있는 여성 배제기제는 여기자들을 권력부서에서 벗어나 소위 여성에게 적합한 분야로 밀려나게 한다. 일반적으로 뉴스조직내에서 여성에게 적합한 분야란 여성의 문제를 다루는 부서나 문화 등을 다루는 부서들이다. 이들 부서에서 다루는 뉴스들은 주로 육아·대중문화 등 가볍고 부드러운 내용의 기사들인데, 이러한 뉴스들을 취재하고 기사화 하는 것이 기자로서 의미 없는 것은 아니다. 그럼에도 불구하고 이들 부서에서 일하는 기자들은 뉴스조직에서 중심적인 일을 한 다기보다는 주변적인 일을 한다는 인식을 갖게 된다. 이것은 소프트 뉴스를 중요하게 생각하지 않는 인식이 뉴

스조직내에서 보편화되어 있기 때문이다. '소프트 기사에 대한 평가 절하'로 인해 여자라는 이유만으로 생활·여성·대중문화부 등에 배치된 여기자들은 물론이고, 이들 부서가 자신에게 잘 맞는 분야이고 의미 있다고 생각하는 기자들조차 의기소침하게 되는 것이다. 생활부에서 일하고 있는 남성기자의 다음과 같은 기록은 '소프트 뉴스의 평가 절하' 인식이 얼마나 뿌리깊은 것인가를 알 수 있다.

“얼마전 회사 엘리베이터 안에서 마주친 사회부 선배가 건넸던 한마디가 바로 그런 종류다. “요즘 너 쓰는게 뭐냐. 네 기사를 본 적이 없어...” 나는 말문이 막혀 씩 웃어버리고 말았다. 그 주에 나는 3개 면의 톱 기사를 올렸고 45일의 품을 들여 음식골목 기사도 게재했었던 것.”(남, 1997:110)

남기자에게는 물론이고 여기자들에게조차 자신의 적성을 고려하기 이전에 '이들 부서는 가서는 안 되는 부서'라는 인식이 강박관념처럼 작용하고 있다는 것도 이러한 소프트뉴스에 대한 평가 절하에서 비롯된 것이다. 또 많은 여기자들은 이들 부서에 배치되었을 경우에는 언제라도 기회만 있으면 떠나야하는 부서로 생각하고 있다(1994:191, 1991:224).

### (3) 여성 불신문화

뉴스조직내에서 여기자를 배제시키는 또 하나의 기제는 여성을 불신하는 문화이다. 이것은 중요한 일을 맡길 만큼 여성은 믿을만한 존재가 아니라는 인식을 말한다. 여기자니까 특정 부서에서만 일하게 한다든가, 여기자니까 핵심적인 일은 맡길 수 없다는 것이다. 여기자들이 느끼고 있는 이러한 인식은 체험기 곳곳에 나타나있다.

“1진으로 동행한 분은 평소에 별로 말씀이 없고 여자에 대한 편견이 대단한 분이 라 내게 한번도 카메라를 맡기지 않으셨다. 내 욕심 같아선 반반씩 취재를 하고 싶 었으나 선배의 남성 우월적 경직된 사고가 내게 끝내 카메라를 맡기지 않게 했다. 출장에서 돌아온 후에 그 선배는 몸살이 나고 말았다.”(1992:208-209)

이러한 배제기제와 관련해 여기자들이 가장 많이 논의하고 있는 문제는 야간근무에 관한 것이다. 야간근무는 밤에 작업해야 한다는 어려운 점도 있지만 그보다는 야간에 발생 하는 뉴스에 대해 혼자 판단해서 신문이나 방송에 반영해야 한다는 점에서 중요한 업무로 인식되고 있다. 여성이 못 믿어워 야근하러 저녁 때 출근한 여기자를 자정도 못 돼 집으로 쫓아버린 부장이 있는가 하면(1990:186), 휴가철이라 일손이 모자란 데도 남아서 일하겠다는 여기자를 할 일이 없다며 퇴근시키는 데스크도 있다(1995:242-243)고 한다.

문제는 이런 야근의 문제가 여기자를 모든 면에서 배제시켜 주변부화 하는 요소로 작

용하고 있다는 점이다.

“야근도 못하는 여기자는 부서이동, 승진 보직 등 인사에서 차별을 받게되는 때 카니즘으로 발전한다.”(1991:194-195)

이러한 여기자 불신은 소위 여성에게 적합하다는 편집부의 경우에도 예외는 아니다. 여성을 불신하는 기제 때문에 여기자에게는 주요면을 맡길 수 없다는 인식이 고착화되면서 여기자는 주변적인 분야의 편집만을 맡아하는 현상을 낳고 있는 것이다(1990:167-168).

이러한 인식은 뉴스조직 전반에 퍼져있는 여기자에 대한 생각으로, 여기자 스스로도 다른 여기자를 비하하게 되는 상황에 동조하게 된다고 한 여기자는 지적하고 있다(1991:205).

#### (4) 여기자<들>에 대한 정형화

“남자들은 여자의 능력을 칭찬하는 최고의 찬사를 ‘넌 여자가 아니다’라는 뉘앙스를 담아 말을 하는 데는 참으로 황당함을 느낀다”(2001:81).

‘넌 여자가 아니다’란 말은 남성들에게 여기자<들>에 대한 자신들만의 규정이 있음을 시사한다. 어느 분야에서 일하는 여성들이건 여성들은 개개인으로 존중받지 못하고 여성이란 집단으로 묶여 평가받게 된다는 것은 일하는 여성들 사이에서 가장 많이 거론되는 문제일 것이다.

여기자에게도 예외 없이 이러한 인식이 적용되고 있다. 여기자는 문화부에 잘 어울린 다거나, 여기자가 사견취재를 하기는 힘들다거나, 결혼한 여자는 출장가기 어렵다는 등 여기자<들>은 어떻다는 이야기들이 뉴스조직내에서 자연스럽게 거론되고 있다는 것이다.

남자기자가 사견취재를 잘못하면 개인적으로 그런 분야에 맞지 않는다고 평가받지만 여기자가 잘못하면 여기자<들>이란 다 그렇다는 평가를 받게 되는 것이다. 여기자가 잘 해낸 일도 여기자 개인의 능력이 아닌 여성이란 특별 대우 속에 얻어낸 성과처럼 폄하한다.

“재벌 총수 또는 재벌가의 전문경영인 단독 인터뷰를 몇 번 한 적이 있다. 이 때 사내외에선 “(총수들은) 여기자만 좋아한단 말이야.”라는 얘길 들었다.”(2001:83)

또 소위 말하는 여성에 적합한 부서 이외의 부서에 여성을 배치하는 것이 마치 굉장히



페미니즘적인 인사인 것처럼 평가되고 그렇게 배치된 여성은 여기자를 대표한 것으로 받아들여지며 그 여기자가 잘못했을 경우엔 모든 여기자가 그 일을 잘 할 수 없을 것으로 평가되는 것이다(1994:162).

더구나 이러한 인식이 여기자들의 역할을 주변부화 하는 기제로 활용되고 있다는 점에서 문제의 심각성은 크다고 하겠다(1994:194).

#### 다. 사적 영역에서의 배제기제

여기자들의 체험기를 보면 사적 영역으로부터도 여성들이 기자로서 활동하는데 제약을 받고 있음을 알 수 있었다. 그것은 ‘가사·임신·육아는 여성의 일’이라는 사회적으로 일반화된 성적 역할분담에서 비롯된 것이었다.

##### (1) 가사

여기자들은 가사의 문제를 육아문제만큼 심각하게 언급하고 있진 않았지만, 가사로 인해 남기자들과 동등하게 일하기 힘든 현실은 기록하고 있었다(1992:188).

또 여기자들의 체험기는 이러한 가사의 문제가 조직내 영역에서 영향력은 없더라도 시간이 다소 덜 쫓기는 주변 부서로 밀려나는 현실에 대항할 수 없게 만드는 요소로 작용하고 있음을 보여주고 있다.

“문제는 야근을 하고 새벽에 귀가해서 아침 일찍 일어나 아이들 도시락 싸는 등의 가사를 고스란히 해야 한다는 얘기다. 남자들은 집안에서 출근 직전까지 잠을 잘 수 있는 배려를 받는데 말이다..... 가족들이 자기 일을 스스로 하도록, 집안 일을 스스로 하도록 훈련시켜 집안 일을 분담할 때 여기자들은 야근을 두려워하지 않고 사탕 같은 호의에 자신들의 커리어를 팔지 않을 것이다”(1991:196-197)

##### (2) 임신

임신은 노동하는 여성에 있어 큰 제약 요소로 작용할 수 있다. 더구나 외부의 취재원들과의 만남이 주요 업무인 기자들에게 있어서 신체적인 불편함은 더 큰 제약이 될 수 있을 것이다. 그럼에도 불구하고 임신에 대한 기록은 별로 없었다. 그것은 임신의 기간이 전체 기자생활에서 극히 적은 기간에 이루어진 일이고, 임신에 대한 다른 대안이 존재하지 않기 때문인 것으로 보인다. 다음의 글은 임신이 사적영역으로부터의 배제기제로 작용되고 있음을 보여주고 있다.

“둘째 아이를 갖고 5개월쯤 접어들어 데스크가 출입처를 과기처로 배정했을 때는

좀 난감했다... 임신한 채 남성기자와 남성취재원이 득실거리는 출입처를 드나든다는 것도 다소 마음의 짐이 됐다....만삭이 다 돼 배가 남산만큼 불어오른 채 한 과학자를 취재하러 갔을 때 그가 나의 배를 보며 다소 연민과 놀라움을 담은 눈길을 보내던 것이 기억난다.”(1994:187-188)

### (3) 육아

체험기에서 사적영역의 문제 중 가장 많이 등장한 것이 육아의 문제이다. 가사는 남에게 맡겨도 큰 부담을 주지 않지만 육아는 ‘아이에겐 엄마가 최고’라는 사회적인 인식 때문에 아무리 믿을만한 사람이 육아를 맡아준다 해도 일하는 여성에겐 큰 부담이기 때문이다. 여기자들도 이러한 사회적 인식으로 인해 많은 갈등을 겪고 있었다(1992:150).

문제는 이러한 육아의 고민이 여기자들에게 자신의 일을 포기하게 하거나 기자로서의 생활에 직접적인 제한요인으로 작용하고 있다는 점이다. 남성들은 기자일과 육아의 문제를 모두 잘 하고 있음에도 불구하고 여성은 이 두가지 중에 중요한 것을 선택하지 않으면 안되는 위치에 놓여있는 것이다.

“난 어릴 때부터 “집에만 있는 솔뚜정 운전사(?)는 되지 않겠다”는 생각을 가졌었다. ...하지만 이런 굳은 결심에도 불구하고 최근에는 여러 모로 흔들리는 것을 부정할 수 없다.”(1994:86-87)

“녀석(생후 18개월된 아이)의 힘은 가공할만한 것이어서 만7년의 기자생활을 단숨에 때려치우게 만들었다. 관광객처럼 3주에 한번 아이를 ‘구경’하고 먼 길을 오가는데 지쳐버린데다 점점 엄마의 손길을 필요로 하는 아이를 외면할 수 없었다.”(2000:142)

육아의 문제를 해결하는 대부분의 방식은 적은 시간이라도 아이들에게 최선을 다하는 것으로, 즉 여기자 스스로가 슈퍼우먼이 되는 것으로 이루어지고 있다.

“이처럼 일하는 모든 엄마가 안고 있을 ‘부재의 시간’이 주는 마음의 고통을 해소하기 위해 내가 세운 전략은 밤시간에 엄마가 놀이방 선생님이 되어 주는 것이었다.”(1994:83-84)

그러나 그러한 해결방식은 뉴스생산과정에서 여기자를 배제시키는 매우 강력한 기제로 작용될 수 있다. 그런 점에서 개인적인 차원의 해결방식 보다는 사회적인 차원의 해결방식이 강구되어야 할 것이다(1994:76-77).

## V. 결론

본 연구는 뉴스생산과정에서 작용하고 있는 여성 배제 기제를 밝혀보았다. 이러한 배제기제가 존재하고 있다는 것은 많은 여기자들이 남기자보다 낮은 평가를 받는 것이 단지 여기자 개인의 무능함에서 기인하는 것이 아니라는 점을 보여주는 것이다. 체험기를 보면 이러한 배제기제로 인한 무능함을 자칫 여성 개인의 탓으로 돌려버리는 신참기자도 있었고, 여자선배를 무조건 무능하게 생각하는 잘못을 범했다고 고백하는 기자도 있었다. 이것은 이러한 배제기제가 있다는 점을 인식하지 못할 때 범할 수 있는 잘못이라고 생각된다. 그러한 인식이 강화되면 여기자들은 스스로를 더욱 소외시키게 될 것이다.

여기서 밝혀낸 기제들 중 많은 부분은 다른 전문직에서 여성을 배제시키는 기제와 유사한 것들이다. 특히 연구결과에서 논의한 것처럼 가사·임신·육아 같은 사적영역으로부터의 배제기제는 일하는 여성이라면 누구에게나 작용되고 있는 기제라고 할 수 있다.

또 조혜정의 '전문직 여성'(1990), 정경애의 '생산중심적 조직내 성별관계'(1997), 주경미의 '의사사회를 중심으로 한 전문직에서의 여성배제구조'(1992) 등의 연구를 보면, 본 연구에서 밝혀낸 사회로부터 배제기제·조직으로부터의 배제기제들 중에도 다른 전문직 여성에게 작용하고 있는 기제와 유사한 것들이 많다는 것을 알 수 있다.

조혜정은 인맥 위주의 정보교환과 주요 결정들이 술자리·골프장에서 이루어지는 상황이 여성을 매우 불리한 위치에 놓이게 만든다고 지적하고 있으며, 전통적 남녀관 때문에 여성이 능력대로 평가받지 못하고 있음을 지적하고 있다(1990:60-64). 이것은 본 연구에서 밝혀낸 '비공식적 커뮤니케이션'과 '전통적 여성관'이란 배제기제가 다른 전문직 여성에게도 작용되고 있음을 보여주는 것이다. 또 정경애는 본 연구에서 조직으로부터의 배제기제로 밝혀낸 '남성적 유대'에 기반한 상호작용과정이 조직내에서 남성들의 우위와 자존감을 형성해주는 주요한 기제가 된다고 설명하고 있다(1997:63). 주경미(1992)는 여성 의사들이 남성의사들에게 하나의 집단적 존재로 지칭됨으로써 배제되어 있다고 주장하고 있어 본 연구에서 찾아낸 '여기자<들>에 대한 정형화'라는 기제가 다른 전문직에도 적용되고 있음을 보여주고 있다.

이러한 결과들은 우리 사회 전반에서 여성을 배제하는 강력한 기제들이 작용하고 있다는 것을 보여주는 것이다. 더구나 사회의 문제점을 밝혀내고 올바른 방향을 제시해야 하는 공적 역할을 담당하고 있는 언론조차 우리 사회에서 타파해야 하는 기제에 지배받고 있다는 것을 보여준다는 점에서 시사해주는 바가 크다고 하겠다.

한편 본 연구에서 독특하게 찾아낸 ‘권위적 정보수집’과 ‘비윤리적 타협문화’라는 배제 기제는 우리 언론의 문제점을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 검사·판사를 사칭하는 것과 마찬가지로 기자를 사칭하는 범죄가 발생하고 있는 우리 사회에서 기자라는 직업은 하나의 권력계층으로 받아들여지고 있다. 권위적 정보수집이란 이러한 인식을 기자들이 취재에 활용하고 있다는 것을 보여주는 것으로, 우리 언론문화에서 지양되어야 할 부분이라 할 수 있다. 또 촌지·유혹업소에서 대접받기 등의 ‘비윤리적 타협문화’도 언론의 병폐 중의 하나로 지적되어온 부분이다. 이러한 언론 문화가 사라질 때 우리 언론은 언론의 제 모습을 회복할 수 있으며, 여기자들이 자신의 능력을 충분히 발휘할 수 있게 될 것이다.

또 본 연구는 우리 사회에서의 여기자의 소외를 막연하게 주장하는 차원에서 벗어나 여기자들의 소외를 실증적으로 보여주었다. 여기자들이 권력핵심으로부터 주변부화 되어 있다는 점은 뉴스에 있어서 여성적 시각의 반영이 그만큼 어렵다는 것을 나타내는 것이다.

이러한 상황에서 무엇보다 중요한 것은 여기자들 자신의 역할이다. 여기자의 소외를 완전히 해결하기 위해서는 자본주의적 가부장제를 타파할 수 있는 근본적인 변혁이 이루어져야 하겠지만, 조금씩의 변화는 여기자들의 노력으로 이루어 낼 수 있다고 본다.

그런 점에서 대규모 신문사의 30-40%의 하드뉴스 기자가 여성이고, 언론사 상층 경영진에까지 여성이 진입해 있는(Schults-Brooks, 강준만 역, 1993) 미국의 여기자들에게 관심을 가질 필요가 있다. 아직까지 여성에게 심각한 장벽이 존재한다고 하기는 하지만, 미국에서 여기자의 위상은 10년전과 비교해 크게 향상되었다고 한다. 그러한 진전이 이루어지기까지 미국의 여성 언론인들은 수많은 노력을 했다고 한다. 1978년 뉴욕타임즈 여기자들은 성차별에 대한 집단 소송을 제기했고, 열여섯명의 여성이 NBC을, 7명의 여성은 AP통신을, 세명의 여성은 디트로이트뉴스를 성차별 이유로 고소했다(Schults-Brook, 강준만 역, 1993). 이러한 적극적인 노력이 그나마 조금이라도 나은 현재의 상황을 만들었던 것이라는 점에 주목해야 하겠다.

그러한 노력을 뒷받침할 수 있는 것은 여기자의 현실에 대한 정확한 인식이다. 여기자의 배제기제를 밝혀내고 소외상태를 보여주는 이번 연구가 여기자의 현실에 대한 이해를 높여주는데 기여했다고 생각하며, 이러한 학문적 연구가 계속되어야 한다고 본다.

## [참고문헌]

- 김명혜·김훈순·유선영 공편(1994), 『성·미디어·문화』, 서울: 나남.
- 김선남(1997), 여성잡지 기자들과 페미니스트의식, 『대중매체와 성의 상징질서』, 박정순·김훈순편, 서울(나남), pp.119-157.
- 박금옥(1997), “미디어조직 안에서의 성 역학”, 한국언론학회 제2회 쟁점과 토론 심포지엄.
- 윤우곤(1996), 『조직관리학』, 서울: 다산출판사
- 정경애(1997), 『생산중심적 조직내의 성별관계: 공식부문 경력 여성을 중심으로』, 이화여자대학교 박사학위논문.
- 정문길(1986), 『소외론연구』, 서울: 문학과 지성사.
- 정숙경(1999), 『TV보도와 보도조직의 성(gender) 분석』, 한국여성개발원.
- 조혜정(1990), 전문직 여성, 『한국여성과 일』, 서울:이화여자대학교 출판부 pp.53-103.
- 주경미(1992), 『전문직에서의 여성배제구조』, 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 지은희(1990), 한국사회의 산업화와 여성노동에 관한 이론적 고찰, 『한국여성과 일』, 서울:이화여자대학교 출판부 pp.7-52
- Becker, Lee B.(1979), “Reporters and Their Professional and Organizational Commitment”, *Journalism Quarterly*, 19.
- Ceelen, M. and Pramsma, H.(1985), “A Research Project on the Role of Men and Women in Informational Television Programmes”, *NOS, Women on an behind the Screen*. Hilversum:NOS Training Department, pp.1-64
- Dimmic, J. and Coit, P.(1982), “Levels of analysis in mass media decision making”, *Communication Research*, 9(1) pp.3-32.
- French, Marilyn(1985), *Beyond Power: On Women, Men and Morals*, New York: Summit Books.
- Kaufmann, Walter(1971), “The Inevitability of Alienation”, *Alienation*, Richard Schacht New York:Doubleday, pp.xvii-xxiv.
- Lipman & Blumer, J.(1976), “Toward a Homosocial Theory of Sex Roles: An Explanation of the Sex Segregation of Social Institutions”, *Women in the Workplace : the Implications of Occupational Segregation* M.Blaxwell, B. Regan(eds.).

- Locke(1978), "The Nature and the Causes of Job Satisfaction", *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, M.D.Dunette(ed).
- Rakow, Lana(1996), "Feminist Approachs to Popular Culture:Giving Patriarchy Its Due", *Communication 9*, Gordon and Breach Science Publishers, pp.19-41.
- Smith, R.(1980) "Images and equality:women and the national press", *The Sociology of Journalism and the Press*, H.Christian(ed), London:Houtledge and Kegan Paul, pp. 239-259.
- Schults-Brooks, Terri, 강준만역(1993), 『대중매체와 페미니즘』, 서울 : 한나래, pp.263-280.
- Steeves, Leslie(1987), "Feminist Theories and Media Studies", *Critical Studies in Mass Communication*, June 1987, pp.95-135.
- Tong, Rosemarie(1989), *Feminist Thought: A Comprehensive Introduction*, San Francisco: Westview Press.
- Tuchman, G.(1972), "Objectivity as Strategic Ritual:An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", *American Journal of Sociology*, vol. 77, no.4.
- Yukl, G.(1989), *Leadership in organizations(2nd ed.)* Englewood Cliffs, N.J.:Prentice Hall.
- Zoonen, Liesbet van(1988), "Rethinking Woman and News", *European Journal of Communication*, Vol 3, pp.35-53.
- Zoonen, Liesbet van(1991), "Feminist Perspectives on the Media", *Mass Media and Society*, In Curran and Gurevitch(ed), pp.33-54.
- Zoonen, Liesbet van, 유세경 역(1994), "뉴스미디어 조직에서의 여성의 위상과 역할" 『성·미디어·문화』, 서울:나남, pp.335-356.
- Zoonen, Liesbet van(1994), *"Feminist Media Syudies"*, London:SAGA Publications