

**제3세션**  
**15:50-17:00**

**302호**

## 한국언론진흥재단 후원 세션

### 세대 갈등 관련 보도실태 및 개선방안

사회 : 김명혜(동의대)

발표 : 김수아(서울대)  
이설희(용인대)  
홍남희(서울시립대)

#### -종합 토론-

정환봉(한겨레)  
김수정(중앙대)  
김선기(연세대)  
김수아(서울대)  
이설희(용인대)  
홍남희(서울시립대)

# 세대 갈등 관련 보도실태 및 개선방안<sup>1)</sup>

김수아(서울대)·이설희(용인대)·홍남희(서울시립대)

## 1. 들어가며

최근 들어 세대 갈등이 우리 사회의 중요한 갈등으로 표상되어 언론 보도의 주요 주제가 되고 있다. 세대의 차이는 경험과 문화의 차이로 인해 자연스러울 수 있지만, 이를 언론이 갈등 구도로 보도하는 것이 사회적 갈등을 격화시키고, 정치적 목적에 따라 세대를 동원하고 타자화하는 문제를 발생시킬 수 있다. 세대론은 그 자체로 갈등 중심으로 기획될 수 있는 특성이 있다. 세대 특성을 강조하고 세대 범주를 환원적으로 이해하는 경향은 세대 간의 특징과 경험을 단순화하고, 문제를 과장하거나 문제의 원인을 찾기 어렵게 할 수 있다.

그러나 최근 들어 각종 정치적 사건에서 세대 간의 갈등을 정치적 자원으로 활용하는 경우가 늘어나고 있다. 이러한 환원적 개념화가 주로 정치적 갈등을 극화하기 위한 언론에 의해 수행된다는 점에서 문제라고 할 수 있다. 이에, 언론에 드러나는 세대 개념과 세대에 대한 담론을 분석하여, 정치적 세대로서 동원되는 주체가 아닌 청년, 기성세대, 청소년 등의 다양한 목소리를 드러내기 위한 저널리즘 실천이 어떤 것이 되어야 할지 논의할 필요성이 제기된다.

이 연구의 목표는 우리 언론에서 세대에 대한 보도가 갈등적, 대립적 구조를 갖게 되는 원인을 규명하고, 갈등 보도의 일반적 문제점 외에도 세대 갈등을 보도하는 한국적 맥락에서의 특수성과 문제점이 무엇인지를 드러내는 것이다. 또한, 기자 집단 심층 면접을 통해 이러한 갈등 보도 제작에 영향을 미치는 요인이 어떤 것인지를 검토하였다. 뉴스 보도 분석 및 기자 집단 심층 면접을 통해, 사회적 갈등 해소에 해당 보도가 미치는 영향을 점검하여, 바람직한 사회 갈등 해소를 위한 보도 전략과 저널리즘 실천에 대해서 논의하고 대안을 제안할 것이다.

1) 이 발표문은 한국언론진흥재단 2022년 지정과제 <세대 갈등 관련 보도실태 및 개선방안 연구>의 요약문입니다.

## 2. 보도 분석 결과: 양적 내용 분석

### 1) 연구 대상 및 방법

이 연구는 세대 보도를 갈등의 문제로 인식하는 언론 보도를 대상으로 하였다. 구체적으로는 경제(부동산, 연금, 취업 등), 정치(선거 관련), 사회문화(개인주의, 코로나19, 젠더 이슈 등) 등 각 분야별 세대 갈등의 이슈를 추출해 주요 이슈별 미디어 프레임 분석을 수행하였다. 한국사회에서 청년 세대에 대한 명명은 1990년대 대중문화와 소비문화 중심의 'X세대'에서부터 경제 구조 변화와 관련한 '88만원 세대', '삼포세대', '오포세대', '수저론' 등을 거쳐 2017년 무렵부터 '디지털 네이티브', '밀레니얼 세대', 'MZ 세대', '이대남', '이대녀' 등 매체 환경 변화 및 나이, 성별, 학력 등을 혼합하는 방식으로 변화했다. 이러한 세대 명명의 변곡점을 고려하여 이 연구는 세대 갈등 보도의 분석 기간을 문재인 전 대통령의 취임해인 2017년 1월부터 20대 대통령 선거기간을 포함한 2022년 3월 말까지로 설정하여 관련 세대 담론 및 갈등 보도 양상을 분석했다.

또한, 언론사 별로 각 이슈에 대한 세대 갈등 보도 차이를 분석하기 위해 진보와 보수, 중도 성향의 언론을 고려하여 경향신문, 조선일보, 중앙일보, 한겨레신문, 한국일보 5개 언론사의 세대 갈등 보도 내용을 분석 대상으로 하였다. 분석 기간 내의 경제, 정치, 사회문화의 세대갈등 이슈는 조국사태, 인국공, 선거, 국민연금, 비트코인/재테크, 코로나19였으며, 세대+갈등+각 이슈 키워드를 검색어로 빅카인즈를 통해 기사를 수집하였다. 세대 갈등과 전혀 관계없는 기사와 중복되는 기사를 배제하고 최종적으로 분석한 기사는 총 1,021개였다.

분석 유목에는 언론사가 어떠한 세대 명칭을 주로 이용하고 있는지, 세대 갈등을 유발하는 주체가 주로 누구인지, 언론에서 담론화되고 있는 세대 속성은 어떠한지, 각 기사들의 갈등 유발 기사가 어떠한 프레임을 갖는지 포함되었다. 특히 세대갈등 기사의 프레임은 세대 갈등의 원인과 이에 대한 평가 등이 포함되는 원인/진단 프레임, 세대 갈등을 유발하는 조직 혹은 개인에 대한 책임과 비난 프레임, 그리고 세대 갈등 문제를 해결하는 갈등 해소 프레임으로 분류되었다.

### 2) 언론 보도 개요

표집된 기사의 연도별 분포는 다음 <표 1>과 같다. 2017년에는 세대 갈등 자체가 중요한 이슈가 아니었으나 2018년 평창 올림픽 단일팀 사건 및 선거 등을 중심으로 세대 갈등이 청년 세대를 중심으로 설명되기 시작하였다. 2019년 조국 사태는 세대 문제로 부각 되었고, 2021년과 2022년까지 선거를 중심으로 세대 갈등이 다루어졌다. 이러한 맥락에 따라 이 연구에서 다룬 자료는 2021년 이후가 전체 분석 대상 기사의 절반이 넘는다.

[표 1] 분석 대상 기사의 연도별 분포

(단위: 건, 괄호 안은 백분율)

	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년 1/3분기	계
기사 수	43 (4.2)	66 (6.5)	180 (17.6)	109 (10.7)	449 (44.0)	174 (17.0)	1,021 (100)

분석 대상 기사들에 대해서, 빅카인즈에서 제공하는 연관어 분석 기능을 활용하여 가중치에 따라 상위 800건의 기사를 분석한 결과는 다음의 <그림 1>과 같이 나타났다. 중요하게 등장하는 어휘는 선거 관련 하여 이준석, 윤석열, 민주당, 정치권 등으로 세대 문제가 선거 전략상 동원되었음을 확인할 수 있게 한다. 이대남의 빈도가 이대녀보다 높은 점, 여론 조사나 지지율과 같은 키워드와 함께 세대 문제가 설명되는 점 등이 선거 중심으로 세대 문제를 설명해온 언론의 보도 경향을 보여준다. 주로 등장한 세대 어휘 역시 이남자, 이대남, 이대녀, 청년 등으로, 세대가 청년층을 중심으로 대상화된 어휘로 주로 등장하였음을 확인할 수 있었다.

[그림 1] 분석 대상 기사 내용 연관어 분석



### 3) 기사 제목의 특징

기사 제목에서 특정한 세대를 호명한 기사는 전체의 42.9%(438건)이었다. 기사 제목에 호명된 특정한 세대 명칭을 분류하여 보면, 다음 <표 2>와 같다. 세대 호명에서 '이대남'의 호명이 가장 두드러졌다(82건). 이는 특히 선거 국면에서 주로 이대남 중심의 기사가 쓰였고, 반대로 여성이 호명되는 경우는 적었다는 점을 보여준다.

[표 2] 기사 제목에 등장한 세대 명칭

(단위: 건, 괄호 안은 백분율, 중복코딩)

	이대남	이대녀	신세대 (젊음)	86세대	88만원 세대	기성 세대	청년	노인
기사 수	82 (18.5)	21 (4.8)	21 (4.8)	28 (6.4)	5 (1.1)	7 (1.6)	69 (15.7)	7 (1.6)
	중장년	MZ	2030	20대	밀레니얼	90년대생	기타	계
기사 수	17 (3.8)	44 (10.0)	48 (10.1)	32 (7.3)	6 (1.3)	5 (1.1)	46 (10.5)	438 (100)

또한, 제목과 관련한 빈출 단어 분석을 통해, 문재인 정부 시기 세대 갈등과 관련하여 어떤 어휘가 가장 많이 등장하였는지를 분석하였다<sup>2)</sup>. 아래 <그림 2>에 나타나는 바와 같이, 선거와 관련한 세대 갈등이 가장 중요하게 부각되었음을 확인할 수 있으며, 세대 갈등을 주로 정치적 이해관계와 관련하여 동원하였다는 비판 역시 가능할 수 있다. 이를 주도한 인물 주체로는 이준석 전 국민의 힘 대표가 가장 두드러지며, 윤석열 (당시 대통령 후보), 이재명 (당시 대통령 후보)과 조국이 꼽힌다. 세대 명으로는 20대, 2030세대, 이대남, MZ세대가 주로 등장하고 있다.

[그림 2] 기사 제목 빈출 어휘



#### 4) 보도 내용의 특징

기사에 인용된 인물의 연령대에서, 50대-60대 이상의 인물이 가장 많다는 점이 두드러진다. 이는 세

2) 해당 분석은 채택된 기사 제목 데이터를 정제하여 텍스트 서비스를 통해 수행한 것이다.

대 갈등과 관련된 기사 목록이 대체로 선거에 몰려 있고, 선거에서 인용하게 되는 주요 정당 인물들의 연령이 50-60대의 인물이기 때문에 풀이된다. 정치적 세대의 차원에서도 청년 세대의 목소리는 과소하고, 대체로 전문가와 기성세대의 목소리로 청년 세대 담론이 진행된다는 기존 비판과도 일치하는 결과라고 할 수 있다(김선기, 2016).

기사 내용에 사건이 관련된 경우만 한정하여 인용된 인물 연령대를 비교하면 다음의 <표 3>과 같다. 전반적으로 우리 사회에서 장·노년층의 목소리가 과대 대표되는 편이라고 할 수 있으며, 전체적인 구도는 2030 세대 대, 5060 세대라는 전형적인 청년 VS 기성세대의 구도가 유지되는 가운데, 청년들의 경우 청년 내 갈등으로 인용되는 경우 역시 적지 않은 것으로 분석된다. 국민연금과 관련해서는 청년 세대의 목소리 인용이 거의 나타나지 않은 반면, 조국 사태의 경우 중장년층의 목소리가 주로 등장하고, 선거 관련해서도 50대 이상 세대가 더 많이 인용 출처로 등장했다.

**[표 3] 기사 인용출처 분류**

(단위: 건, 괄호 안은 백분율, 중복코딩)

	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 (이상)	모름	
조국사태	1 (14.2)	10 (11.4)	13 (13.6)	13 (50.0)	35 (29.4)	24 (13.2)	3 (16.7)	83 (28.1)	182
인천국제공항 사태	0 (0)	6 (6.9)	3 (3.2)	2 (7.7)	6 (5.0)	12 (6.6)	0 (0)	18 (6.1)	47
선거	4 (57.1)	64 (72.8)	70 (73.7)	8 (30.7)	65 (54.6)	134 (73.6)	11 (61.1)	143 (48.5)	499
국민연금	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	5 (4.2)	7 (3.8)	2 (11.1)	34 (11.5)	48
부동산 등	0 (0)	5 (5.7)	6 (6.3)	2 (7.7)	6 (5.0)	5 (2.7)	2 (11.1)	14 (4.7)	40
코로나19	2 (28.6)	3 (3.4)	3 (3.2)	1 (3.8)	2 (1.7)	0 (0)	0 (0)	3 (1.0)	14
전체	7	88	95	26	119	182	18	295	830

인용 인물의 성별 격차 역시 심각하게 나타났다. 전체 인용 인물수 1168건에서 성별을 알 수 있는 경우는 총 884건인데, 이중 699건(79.1%)가 남성이었다. 또한 인용 인물의 경우 다음 <표 4>와 같이 조국 사태나 국민연금 이슈의 경우 연구자 및 전문가 비중이 가장 높다는 특징이 있었다. 또한, 국민연금이나 정년 연장 등 복지 체계의 전환과 관련된 주제에서도 연구자 및 전문가 비중이 높게 나타나고 있다. 제도 전환의 방향에 대해서 전문가 권위를 빌어 대안을 제시하는 방식이 등장한다. 하지만 그 외의 사건들은 모두 정치인이 주요 발화자가 된다. 조국 사태나 국민연금의 경우 모두 정부와 관련된 뉴스이지만, 세대 갈등을 부각하는 뉴스들에서는 정부의 발언을 주요하게 표상하지 않는 것으로 나타났다.

[표 4] 기사에 포함된 사건 별 인용 인물의 소속

(단위: 건, 괄호 안은 백분율, 중복코딩)

	연구자 및 전문가	시민단체 활동가	정치인	일반인	정부 및 정책담당자
조국사태	84 (46.2)	4 (2.2)	60 (33.0)	19 (10.3)	1 (0.5)
인천국제공항사태	11 (23.4)	4 (8.5)	21 (42.9)	5 (10.6)	3 (6.4)
선거	116 (23.2)	6 (12.0)	288 (57.7)	74 (14.8)	5 (10.0)
국민연금	23 (46.9)	6 (12.2)	7 (14.2)	3 (6.1)	10 (20.4)
부동산 등	13 (32.5)	0 (0)	6 (15.0)	16 (40.0)	3 (7.5)
코로나19	1 (7.1)	0 (0)	0 (0)	11 (78.6)	1 (7.1)
	대학생	문화예술인	기타	계	
조국사태	4 (2.2)	9 (4.9)	1 (0.5)	182 (100)	
인천국제공항사태	2 (4.2)	1 (2.1)	0 (0)	47 (100)	
선거	4 (0.8)	6 (1.2)	0 (0)	499 (100)	
국민연금	0 (0)	0 (0)	0 (0)	49 (100)	
부동산 등	0 (0)	1 (2.5)	1 (2.5)	40 (100)	
코로나19	0 (0)	0 (0)	1 (7.1)	14 (100)	

기사 내용에서 다루는 주요 세대 용어들은 다음 <표 5>와 같이 나타났다. 청년 세대가 가장 많이 등장하고, 실제로 청년 세대에 해당하는 다양한 명명들이 (이대남, 이대녀, MZ, 2030, 20대, 밀레니얼, 90년대생 등) 1,286건으로, 전체 74.3%에 달한다. 기사 주제가 청년 세대에 대한 것이거나, 청년과 관련된 논의가 등장하지만 발화자 분포를 보면 이를 해설하거나, 사건의 내용을 제시하는 인용 인물은 대체로 장년, 노년 주체들이라고 할 수 있다

**[표 5] 기사에 포함된 세대 용어**

(단위: 건, 괄호 안은 백분율, 중복코딩)

	이대남	이대녀	신세대 (젊음)	86세대	88만원 세대	기성 세대	청년	노인
기사 수	163 (9.4)	30 (1.7)	116 (6.7)	141 (8.1)	4 (0.2)	48 (2.8)	314 (18.1)	195 (11.3)
	중장년	MZ	2030	20대	밀레니얼	90년대생	기타	계
기사 수	54 (3.1)	192 (11.1)	201 (11.6)	129 (7.5)	24 (1.4)	113 (6.5)	7 (0.4)	1,731 (100)

기사에서 다루어지는 주요 갈등은 주로 다루어지는 것은 연령 갈등으로, 기성세대와 청년 세대 간 갈등이 가장 중요하게 다루어진다(33.8%). 또한, 성별 간의 세대 내 갈등이 다음 순위를 차지했다(26.7%). 이는 선행연구에서 지적한 바와 같이, 성별 격차나 성차별의 문제가 특정 세대 내 갈등인 것처럼 인식되는 문제를 낳는다.

**[표 6] 기사에 제시된 세대 갈등 주체**

(단위: 건, 괄호 안은 백분율, 중복코딩)

	연령 갈등	세대 간 계층 갈등	세대 내 계층 갈등	세대 간 젠더 갈등	세대 내 젠더 갈등	정부 대 청년 갈등
기사수	363 (33.8)	202 (18.8)	120 (11.2)	20 (1.9)	285 (26.7)	39 (3.6)
	정치권 대 청년 갈등	언론 대 청년 갈등	기업 대 청년 갈등	세대 간 이념 갈등	기타	계
기사수	8 (0.7)	1 (0.1)	7 (6.5)	21 (2.0)	5 (0.5)	1,071 (100)

기사가 갈등의 해소를 목적으로 하는지, 갈등의 원인을 진단하는지, 혹은 갈등의 책임을 귀인하는지를 기준으로 3개의 보도 프레임을 제시하였다. 보도 프레임별 빈도는 다음과 같다. 프레임 도출을 위한 분석 기사는 세대 갈등과 관련한 주체들에 대한 기술을 포함하고 있는지를 기준으로 선별하였다. 이러한 분류 기준에 따라 전체 기사 1,021건 중 727건이 프레임 도출의 자료가 되었다.

전체적으로 보면 갈등의 진단, 갈등 책임의 귀인, 해소의 대안을 제시하는 프레임들은 대체로 고르게 분포하고 있다. <표 7>을 보면 선거의 경우, 책임 귀인과 비난 프레임이 다수를 차지하고 있으며, 국민연금의 경우에는 어떻게 갈등을 해소할 것인가에 대한 대안 제시 프레임이 다수를 차지했다. 조국 사태와 관련해서는 사태 진단 프레임이 주로 나타나고 있다. 이는 사안 별로 언론사들이 보도에 주안점을 두는 지점이 다르다는 것을 의미하는데, 문제는 선거와 같은 사건에서는 사회적 갈등이 부각될 때 누가 어떤 정책을 통해 해소를 제안하는지에 좀 더 초점이 가야 할 필요에도 불구하고 비난 프

레임이 가장 우선적이었다는 점일 것이다.

책임 귀인과 비난은 세대 갈등 유발 요인이 특정한 세대에 있다고 주장하는 것이다. 예컨대, 코로나 19 관련 뉴스의 경우, 노인 세대가 마스크를 쓰지 않는 점, 청년 세대가 유흥업소에 가는 점 등이 우리 사회의 위기를 유발하는 사건으로 제시되면서, 각각의 세대에 대한 비난이 가중된다는 방식으로 보도하는 것이다.

**[표 기 사건 별 프레임 분포**

(단위: 건, 괄호 안은 백분율)

	갈등진단	책임 귀인과 비난	갈등해소	기타	계
조국사태	50 (29.4)	32 (15.0)	14 (11.6)	1 (20)	97
인천국제공항 사태	10 (5.9)	15 (7.0)	11 (9.0)	0 (0)	36
선거	86 (50.1))	147 (69.0)	61 (50.4)	4 (80)	298
국민연금	9 (5.3)	5 (2.3)	31 (25.6)	0 (0)	45
부동산 등	14 (8.2)	5 (2.3)	4 (3.3)	0 (0)	23
코로나19	1 (0.5)	9 (4.2)	0 (0)	0 (0)	10
전체	170	213	121	5	509

사회적 갈등 보도의 윤리에 대해서 선행 연구들이 지적해온 것은, 갈등을 부각하기 위한 보도 방식이 사회적 갈등의 완화와 해결책 모색에 도움이 되지 않는다는 것이었다. 갈등을 부각하기 위한 제목에서의 인용 부호 사용은 실제로 발화를 통해 갈등이 극화된다는 인식을 강화할 수 있다. 두 집단을 상정하면서 두 집단 간 충돌이 있다는 것을 묘사하는 방식에서도 집단의 일반화가 일어나기 때문에 문제가 된다. 세대 갈등과 관련된 언론 보도에서, 선거 국면을 중심으로 세대 간 지지율 차이가 부각 되고, 더 나아가 언론이 특정 연령 세대를 선거 국면의 핵심 행위자로 지정하는 담론적 실천을 수행한 것이라고 할 수 있다. 이에 따라 공적 토론이 필요한 이슈들이 세대의 지지율 차이로 환원되고, 이 격차는 갈등이라는 방식으로 묘사되는 문제점이 등장하고 있는 것으로 보인다. 청년 세대의 용법은 기존 연구에서 지적해온 것과 같이 소모적으로 동원되는 방식이었다.

또한, 언론사의 정치적 정향은 갈등의 책임 귀인이나 비판 대상에서 분명하게 드러나서, 지난 문재인 정부 기간 동안 보수 계열의 언론은 정부와 민주당 비판적인 태도를 진보 계열 언론에 비해 더 많이 보였으며, 이것이 사회적 갈등의 책임을 다루는 부분에서 나타나고 있다.

### 3. 보도 분석 결과: 질적 분석

#### 1) 세대 관련 조어 및 고정관념의 적극적 이용

조사 기간 동안 언론 기사를 통해 등장한 세대 지칭 용어는 다음과 같다.

※ 기사에 등장한 세대 관련 지칭 용어

: 이대남, 이대녀, 젊은 세대, 기성세대, 88만원 세대, 밀레니얼 세대, Z세대, MZ 세대, 코인세대 (코인족, 비코인족), X세대, 포스트X세대(80년대 초중반), 공포세대(80년생), 낀세대, 낀대, 386세대(586 세대), 운동권 세대, 민주화 세대, 신세대, 센세대, 촛불세대, 베이비부머 세대, ‘올드 밀레니얼’, 이남자, 이여자, 민지세대, 민지네, 공민지, 에코세대, 아날로그 세대, 디지털 세대, Y세대, N세대, M세대, 디지털쿼터족, 부모세대, 자녀세대, 모바일 세대, 스마트폰 세대 .... 등

세대 지칭어는 긍정적 혹은 부정적 의미를 담고 차별적 용어로 이용되기 쉬운 특정 조어들(예컨대, ‘떡벌 남’, ‘김치녀’ 등)보다는 ‘중립적’ 의미로 이용되는 경향이 있다. 하지만 이러한 용어들이 객관적 지표 없이 만들어지는 과정은 유의해야 하는 지점이 있다. 이러한 조어들이 특정 ‘인’, 혹은 특정 ‘세대’를 구분하고 이들에 대한 의미화가 빠르게 진행되면서 규정의 틀로 이용된다는 점은 염두에 두어야 한다. 두 번째로, 긍정적이거나 부정적 의미를 내포할 수 있는 세대 용어가 언론사의 시선과 성향 등에 의해 의도적, 선택적으로 사용 되는 경우가 있다. 마지막으로, ‘세대’를 지칭하는 용어가 설령 객관적 지표와 함께 제시된다고 해도 특정 시기나 나이 등을 포괄한다는 점에서 세대 내의 다양한 차이를 일반화시킬 수 있는 위험은 항상 존재한다. 예를 들어, 아래 사례는 가상화폐 거래를 세대 갈등의 시각에서 보도한 기사의 일부이다.

“가상화폐 거래를 ‘투자’로 인식하는 2030세대와 ‘투기’로 보는 기성세대의 시각이 엇갈리고 있다. 가상화폐 광풍이 세대간 갈등으로까지 번지는 양상이다. 16일 관련 업계에 따르면 가상화폐 광풍을 주도하고 있는 이들은 20,30세대. 최근 애플리케이션(앱) 분석업체 와이즈앱이 가상화폐 관련 앱 상위 10개의 사용자를 연령별로 분석한 결과 30대(32.7%)와 20대(24.0%)가 60% 가까이 차지했다. 지난해 11월 가상화폐 거래소인 빗썸이 이용자 4,000여명을 대상으로 한 설문조사에서도 20, 30대 이용자가 각각 29%를 차지했다. 단순 계산으로 300만 명으로 추산되는 국내 가상화폐 투자자 가운데 180만 명가량이 20, 30대인 셈이다.” (한국일보, 20180117, “투자냐 투기냐... 세대 갈등으로 번지는 비트코인 광풍”)

이 기사를 언뜻 보면 가상화폐 사용자 중 20~30대가 통합 60%가 달하고 있어, 기사에서 20대 당사

자의 목소리로 명명된 ‘코인 세대’라는 세대 지칭어가 일견 타당해 보인다. 하지만, 좀 더 자세히 들여다 보면 실제 인구 중 가상화폐 투자자로 추산되는 20~30대 180만 명은 20~30대 총인구인 1,318만 명의 14%에 불과하며, 20~30대를 코인 세대로 통칭하며 이들의 세대 특징으로 부르기에는 부족해 보인다. 이들이 코인 세대로 불릴 때, 다른 세대에게 20~30대를 이해하는 방식으로 이용될 수 있어 편견을 만들어 낼 수 있다.

분석 기사에서 나타난 세대별 고정관념은 아래의 <표 8>과 같다.

**[표 8] 언론에서의 세대별 고정관념/특징**

구분		고정 관념(관계되는 특징)	기타 세대용어
젊은 세대	이대남	피해의식(남성 차별) 있는 강한 안티페미니즘적 성향/보수 성향	코인세대 민지세대(민지네)
	이대녀	페미니즘적 성향 친 민주당적 성향 기득권 남성을 ‘꼰대’, 무능함으로 보는	
	MZ, 2030세대	공정성 중심(개인 중심) 소비 중심적 경제적 부담감을 가지는(노인층 부양)/복지사각지대에 놓인 디지털에 익숙한/가상화폐 등에 익숙	
‘깁세대’		기성세대와 젊은 세대의 특성을 동시에 지닌, 가교 역할 하는	포스트 X 세대 깁대 공포세대
기성 세대	X세대	“자신의 개성과 생각을 당당하게 드러낸 세대” “단체 행동을 좋아하고 야망이 큼”	X세대 아날로그 세대
	386(586)세대	민주화, 운동권, 기득권 세력, 기회주의적, 진영의 이익, 진보적, 도덕적	
	50~60	“경제성장이 기회를 부여한 세대”, 부동산 투자로 성공한	
	노인 세대	디지털 기기에 약함 고집불통(꼰대), 권위적 정보 ‘맹신’, 소외감 보수 편향적, 반공적	
	포괄적	권위적인, 경직된, 기득권을 가진	

그런데 이러한 세대 고정관념은 언론이 세대를 기사화할 때 갈등 상황을 ‘쉽게’ 단순화하거나 이해하게 하는 측면이 있다. 예를 들어 세대 내의 젠더 갈등을 가져올 수 있는 역사적, 사회적 맥락은 ‘피해의식이 있는’ ‘개인 중심’의 세대 특징으로 납작해지기 쉽다. 또한, 세대 고정관념을 기반으로 기사가 작성될 경우 그 안에 내포된 다양성이 쉽게 비가시적이 될 수 있다. 대표적으로 ‘보수적’이고 ‘강한 안티페미니즘적’ 성향이 ‘이대남’의 특징으로 기사화되면서, 이와 다른 성향을 가지고 있는 20대 남성들을 비가시화한다. 한국언론재단 연구에 따르면, 자신을 ‘이대남’으로 정의하는 20대 남성은 23.2%에 불과하며,

이 지칭어로 불리는 것에 대해서도 68.8%가 부정적으로 인식하고 있다(한국언론진흥재단, 2022).

## 2) 세대 갈등 유도/유발적 보도

세대 관련 보도에서 세대 갈등이 이미 존재하는 것으로 당연시하는 보도는 문제적 일 수 있다. “‘이대녀’는 여자 586을 빨리 손절하라”(조선일보, 20211113)라는 제목의 칼럼은 언뜻 세대교체론을 주장하는 것처럼 보인다. 하지만 ‘손절’ 등의 용어 사용으로 세대 간 갈등을 유발할 뿐만 아니라, 공격 대상이 86세대라기보다는 민주당 여성의원들을 대상으로 하고 있어서 정치적 의도가 드러나는 기사이다.

또한 기사 제목에서 대비와 대립 구도를 자주 활용한다. 기사 제목은 독자의 주목을 끌고 기사 클릭으로 이어지게 한다는 점에서 언론사에게 매우 중요하게 여겨지는 지점이다. 세대 구분은 대비와 대립을 쉽게 하는 측면이 있으며, 실제 세대 갈등을 유발할 수 있는 용어들이 이러한 방식의 기사 제목에서 나타나고 있다. 아래의 사례에서처럼 “열 받는다”, “부글 부글”, “우글 우글” 과 같은 감정을 자극하는 용어의 흔한 이용, “갈라졌다”, “저격하다”와 같은 대립적이고 과격한 용어들의 사용, 그리고 사회적 사건을 “세대 갈등”의 문제로 의문 없이 제시하기도 한다. 특히 “MZ세대 필진, 구시대를 저격하다”는 기획/연속 기사는 이후 분야별로 젊은 세대가 기성세대를 ‘저격’한다는 기사가 연속해서 보도되어 세대 갈등을 자극적으로 부각한 측면이 있다.

- “정년연장 실패” “성과보상 부족” 현대차 노사 잠정합의안 ‘세대 갈등’ 부글 (한국일보, 210722)
- 고령자들 연금 많이 받을수록 청년에겐 폰지게임 된다. (중앙 210810)
- “北에 왜 세금 퍼주냐” 집 없는 20대, 40대와 이렇게 갈라졌다[2040 세대 성향 리포트](중앙일보, 210915)
- 열받은 4050 부글부글 “우린 세금셔틀인가?” “노년희망적금은 없나?” [왕개미연구소] (조선일보, 220210)
- MZ세대 필진, 구시대를 저격하다. (중앙일보, 210823)

이러한 대비/대립/분리 구도가 제목에서만 등장하는 것은 아니다. 특정 주제와 관련해서는 세대 대비/대립 구도가 더욱 첨예해지는데 정치적 이슈에서 주로 나타난다. “‘이대남’ 업고 혁신 돌풍 이어가겠다? “바보야, 문제는 20대 여성이야”와 같은 기사(조선일보, 20210612)는 전체적으로 지지율 분석을 통해 20대 남녀의 목소리를 듣는다는 의도의 기사이다. 그러나 이 기사는 기본적으로 4050 꼰대와 20대 남성, 여성의 대비를 통해 기사를 구성하면서, ‘이대남’의 상징적 대표로 이준석 신임 당대표를 굳건히 하는 동시에 기존의 남성 정치인들을 “50대 후반~70대 꼰대 남성”으로 상징화하는데 기여하고 이들

의 구분과 분리는 세대 갈등의 토대가 된다. 지지율 분석에 따른 특별한 대안이 제시되지 않는다는 점도 기사가 갈등유발에만 머무르는 이유이다.

### 3) 세대 환원적 보도

세대론의 가장 큰 문제로 지적되는 것 중의 하나는 세대 내의 다양성을 포함하지 못한다는 것이다. 대표적으로 노조 이슈를 들 수 있다. “15% 안 올려주면 파업”...연봉 1.4억 삼성전자 노조에 묻는다”(중앙일보 20220316)라는 제목의 사례는 삼성전자 노조의 임금인상 요구 내용을 담고 있다. 이 기사에서 삼성전자 노조의 임금인상 요구는 보상과 공정에 민감한 MZ 세대의 속성으로 환원되면서 이들에 대해 개인주의적이고 이기적인 모습으로 드러내는 측면이 있다. 이러한 과정에서 사회의 계층적인 문제에서 나타나는 갈등 구조나 기업 내 합리적인 임금 체계 부재라는 근본적인 문제는 부수적인 문제로 언급되거나 드러나지 않는다는 한계가 있었다.

이러한 환원적 세대 보도를 줄이기 위해서는 다양한 목소리의 재현이 필수적이다. “목소리 지워졌고...우린 이대남 아니란 말입니까?”(한겨레, 20220205)는 이후 예견된 ‘보이지 않는 20대’들의 기사회전을 소개하면서 마무리되는 기사이다. 이 기사는 20대 당사자들이 자신들을 ‘이대남’으로 호명하며 성별과 젠더로 ‘갈라치’는 행태에 반대한다는 것을 알리는 기자회견을 소개한다. 이는 한편으로는 동일한 세대 환원에 대한 당사자의 다른 목소리를 제기한다는 점에서도 의미가 있지만, 이 과정에서 ‘클릭수 장사에 도움 되는 젠더 갈라치기 조장 기사’를 제공하는 언론에 책임을 묻고 있다는 점에서 의미가 있다.

### 4) 취약한 취재원의 ‘대표성’

세대 관련 기사를 작성하는 데에 있어 전문가 인용은 기사 내용을 좀 더 풍부하게 하고 사회적, 구조적인 문제에 대한 진단 등을 돕는다는 점에서 자주 이용되는 방식 중의 하나이다. 그런데 그럼에도 이름 있는 소수의 전문가 평가가 세대 관련 기사에 반복적으로 인용되면서 지나치게 많은 비중을 차지한다는 점은 성찰해 볼 필요가 있다. 소수의 의견이 세대 담론을 크게 좌우할 수 있다는 점을 고려해야 하기 때문이다. 매우 포괄적인 ‘세대’의 문제는 분야 혹은 특정 집단에 따라 다른 관점과 시선이 교차할 수 있다. 따라서 언론은 새로운 ‘전문가’의 의견을 듣는 데에 좀 더 적극적일 필요가 있다.

또한, 분석을 위해 수집된 자료에는 온라인 게시판, SNS, 댓글 등의 자료를 토대로 작성된 기사가 포함되었다. 이들 게시판과 댓글 등은 충분한 고민을 담고 있는 글보다는 익명을 이용한 자극적, 선동적, 감정적 글들이 많아서 다양한 혐오와 차별, 그리고 첨예한 갈등이 온라인 글로부터 야기되는 것은 새롭지 않다. 무엇보다 적절한 검증 절차를 거치지 않고, 온라인 글들을 그대로 인용하는 것은 언론의 신뢰성을 크게 하락시킬 수 있을 뿐만 아니라 갈등을 크게 부추길 수 있다는 점에서 문제적이다.

““신입 없는 신입 환영회 될 판” ... ‘회식이 싫다’는 MZ 세대의 사연”(조선일보, 20211105)이라는 제목의 아래 기사는 온라인 커뮤니티 ‘에펨코리아’ 게시판에 올라온 회식 참여를 거부하는 신입사원과 상사의 갈등 사연과 네티즌들의 반응을 토대로 한 기사이다. 기사는 이들 글 중에서 ‘친회식파’와 ‘반회식파’의 상반된 “MZ 세대”의 댓글 반응을 기사화하면서 세대 갈등을 부각했다.

## 4. 언론의 세대 보도와 개선 방안 : 기자 심층 인터뷰 및 전문가 자문

### 1) 기자 및 전문가 심층 인터뷰

취재 기자 대상 인터뷰는 세대 보도 관련한 기사 생산 현장의 여러 환경적, 구조적 원인을 토대로 현장 중심의 개선 방안 도출을 목적으로 했다. 반구조화된 질문지를 중심으로 대화 형태로 진행했으며, 주요 인터뷰 질문은 세대론 및 세대 갈등 양상에 대한 기자들의 개인적 인식, 프레임 분석을 토대로 한 세대 갈등 기사에 대한 평가, 세대 갈등 기사에 대한 언론사 차원의 입장, 세대 보도 생산의 구조적 맥락, 디지털 환경과 세대 갈등 기사와의 관계성, 디지털 환경에 대한 언론사 내부 전략 및 평가, 세대 갈등 보도와 관련한 개선 방안 등을 포함하였다. 언론사 성향에 따라 세대 갈등 보도 양상이 다르게 나타나고, 세대 갈등 이슈가 정치적, 사회적 사건들과 결합되는 경향이 강하다는 측면을 감안해 정치부 혹은 사회부 경험에 있는 기자들을 인터뷰 참여자로 모집하였다. 인터뷰는 2022년 7월 12일부터 8월 31일까지 이루어졌으며, 주로 대면을 통해 이루어졌지만, 시간 약속이 어려운 경우 비대면(zoom)을 통해 실시되기도 했다. 각각의 인터뷰는 총 1시간 30분~2시간가량이 소요되었다. 또한, 언론학계의 저널리즘 전공자 3인에게 서면 면접을 통해 의견을 청취하였다.

[표 9] 심층 인터뷰 대상자

매체	구분	직급 및 연차	경험 부서
일간지	기자 A	기자/3년차	사회부
일간지	기자 B	기자/6년차	정치부, 사회부
일간지	기자 C	팀장/15년차	경제, IT, 디지털
일간지	기자 D	기자/7년차	사회부, 문화부
일간지	기자 E	기자/9년차	정치부, 경제부
일간지	기자 F	차장/16년차	정치부, 사회부
일간지	기자 G	데스크/15년차	정치부, 사회부
일간지	기자 H	논설위원/16년차	정치부, 사회부
방송사	기자 I	차장/17년차	정치부, 사회부
방송사	기자 J	기자/6년차	정치부, 사회부

## 2) 세대론 및 세대 보도에 대한 기자들의 인식

인터뷰에 응한 기자들은 공통적으로 현재 언론이 세대를 다루는 방식에 문제가 많다고 지적했다. 세대론은 세대 자체의 규정을 넘어서 특정 세대를 일반화하고 서로에 대한 단정적인 설명을 통해 “세대 낙인 효과”(기자H)를 일으키며, 선입견과 고정관념에 기반을 둔 인식을 확정하고 소통이 줄어들게 하면서 대립과 갈등을 유발한다는 것이다. 여기에는 통계 활용 기사가 주요한 역할을 하고 있다는 지적도 있었다. 통계를 활용하여 20대 남자, 여자 혹은 특정 세대를 규정하는 작업은 일견 데이터에 기반 한 객관적인 사실을 설명하는 것으로 보이지만 특정 세대에 대한 규정과 낙인을 재차 확인하고 정당화하는 요소로 기능함으로써 “굉장히 위험하고 논란이 많을 수 있어서 언론이 되게 많이 신경을 써야 하는 그런 측면”(기자H)이라고 본다.

둘째로 세대론이 세대 내 다양성을 무시하고 세대를 동질화시키고 있다는 지적이다. 세대론은 쉽고 편한 보도이자 게으른 보도 방식으로 “지금 너무 남용”(기자D)이 되고 있으며, 특정 세대에 대한 인식이 해당 세대 모두에게 적용되는 것인지 분석할 필요가 있다는 주장이다. “젊은 세대도 되게 분화가 많이 되어 있고 서로 이해관계가 다르고”, “386이라 하더라도 일부 정치인들이 대표되는 것”이기 때문이다. 또, 세대론이 세대에 대한 오해를 양산한다고도 보았는데, 실제 5,60대들이 “취업도 아무 데나 할 수 있었고, 취업하면 그냥 몇 년 만 돈 모으면 집 살 수 있었던 것”인지, “여성할당제”가 실재하는지 “팩트체크”(기자E, G)가 필요하다고 느끼기도 했다. 이러한 주장은 많은 보도가 사회적 불평등의 구조적 원인을 심층적으로 분석하기보다는 ‘세대’로 환원하는 것을 문제시한다.

인터뷰에 참여한 기자들은 세대 갈등을 유발하는 행위자로 주로 ‘정치권’과 ‘언론’을 꼽았으며, 산업과 문화 부분에서 ‘MZ 세대’, ‘90년대생’ 등을 호명하는 방식 또한 문제적이라고 보았다. 기자들은 언론의 이러한 세대 보도가 “무턱대고 젊은 애들을 라벨링을 하거나”(기자A) “MZ를 이해는 못 하는데 그냥 좀 많이 부각”하며 “겉도는 MZ 분석”(기자C)을 많이 하는 식으로 “게으르고 조금 뭉뚱하고” “심층으로 들어가지 않는”(기자B) 특징을 갖는다고 지적했다. 또, 이러한 호명의 방식이 특정한 의도를 가진 것이며, 특정한 집단에게 이익을 주고 있을 것이라고 판단하였다. 예를 들어, 세대론이 정치적 측면에서 “86세대와 MZ 세대와의 갈등”을 부각하면서 정치적 보수 집단이 “86 운동권의 타락과 기득권화를 이야기하기에 적합한 소재”이므로 활용된다는 것이다. 선거 국면을 거치면서 부상한 ‘이대남’이라는 키워드가 정치 부문에서 사회 부문으로 확장한 세대 갈등 및 세대 내 갈등의 주요 원인이라고 보았다. 언론 또한 정치권의 발화를 그대로 받아쓰거나 “이준석이 말하는 이대남이라는 키워드를 굉장히 많이 쓴 것”(기자E)이 문제적이라고 보았다.

또한, “MZ 세대”를 소비 주체로 부상시키는 담론의 경우 “한 세대로 묶어서 하기에는 계급적인 이해관계도 너무 다르고 해서 사실은 쉽지가 않”(기자B) 부분이며, 오히려 산업의 소비자로 호명되면서 기업이나 마케터 등에게 이득이 되는 방향으로 “세대론이 이용이 되는구나 싶을 때”(기자D, H)가 있다고

느꼈다. 산업 영역에서 조직 문화나 소비자로서 “너무 쉽게 MZ를 호명”하고 “엄청 신선하거나 새로운 계층이 등장한 것처럼 굉장히 띄워”(기자D)주는 식의 세대론이 문제적이라고 보았다. 또한, 세대 보도가 언론사의 “편집권을 가진 4,50대”에 의해 좌우되고 있으며 이들이 “MZ세대를 다르다고 인식”(기자F)해 그에 대한 궁금증에서 기획이 이루어지고 있다고 보기도 했다.

### 3) 세대 보도의 문제점과 그 원인

갈등 유발형 세대 보도의 원인으로 기자들은 대체로 첫째, 정치 과잉의 취재 보도 환경에서 유력 정치인의 발화가 주요하게 보도되고 있다는 점, 둘째, 커뮤니티 발 여론이 정치적 맥락에서 중시되면서 ‘이대남’이 과잉대표되었고, 디지털 환경에서 커뮤니티 이슈를 ‘클릭 유발’ 콘텐츠로 이용하고 있다는 점을 들었다. 셋째, 한정된 마감 시간과 언론사 구성원의 인구학적 동질성으로 취재원 풀이 제한되어 있다는 점, 넷째, 디지털 ‘주목 경제’의 주요 행위자로서 언론이 갈등을 매개로 축약 및 환원 위주의 갈등 보도 양상을 보이고 있다는 점 등을 지적하였다.

정치 과잉의 한국 사회와 정치부 중심의 언론 보도에서 세대 갈등이 부각된 문제는 한마디로 “이준석을 보도하는 방법”(기자A)이라고 볼 수 있다. ‘이대남’ 호명과 젠더 갈라치기 전략으로 대표되는 갈등 유발 발화와 그에 대한 보도는 “대변되지 말아야 할 의견들이 기성 언론, 그렇게 권위 있는 당 대표라는 사람에게 의해서 가치 있는 말로 격상된 게 가장 큰 피해”(기자A)라고 본다. 특히 한국 언론에서 정치의 과잉은 일상 정치의 개선이나 생활의 민주화 등의 측면보다는 권력 투쟁의 관점에서 보도된다.

대체로 모든 언론사에서 정당 정치 중심의 정치부 기사가 중요하게 작동하지만, 사내에서 다른 비판적 목소리가 등장하기도 한다. 정치부가 “이대남의 확성기 역할”을 하면 사회부 등 “내부에서 그것을 반박하는 아니면 조금이라도 희석해 보려는 기사들을 발제”(기자D) 하는 등 세대 보도에 대한 인식인 한 언론사 내에서도 차이가 있을 수 있음을 보여준다. 한편으로 세대 갈등이 세대 내 젠더 갈등으로 전환한 것이 “새로 화두로 떠오른 자체가 의미가 있다”고 보기도 했다. 그러나 “여성할당제 등 허구적 쟁점을 가지고 갈등”이 벌어지고 있으며, 이것을 “정치권이 이용”(기자G) 하는 것이 문제라고 보기도 했다. 이같이 한국의 정치 과잉 보도 환경과 정치권의 갈등 유발 전략이 언론의 세대 갈등 보도 문제의 주원인으로 나타났다.

세대 보도의 문제는 일부 남초 커뮤니티발 여론이 과잉 대표되고 있다는 문제로도 이어진다. 커뮤니티 발 보도 경향은 정치적 맥락과 디지털 환경의 맥락에서 해석될 수 있다. 먼저, 정치적 맥락에서 커뮤니티 발 여론은 선거를 거치며 ‘이대남’의 여론으로 중요하게 간주 되어왔고, 두 번째로 디지털 환경의 맥락에서 커뮤니티발 여론 및 이슈가 클릭 유발의 자극적인 뉴스 상품으로 자리 잡게 되었다. 이는 정치인들이 출입 기자에게 커뮤니티 의견을 갈무리해 보내주는 등으로 커뮤니티 여론을 “20대 남자의 진짜 여론 그대로” 생각하는 경향은 이들을 “과대 대표”하는 상황으로까지 이어진다.

문제는 언론이 갈등만을 보도할 뿐 사회구조적인 분석이나 해결책을 제시하지 못하면서 “이대남의 일방적인 주장을 보도해서 분노를 자아내서 조회수를 이끌어 내거나”, “근본적인 원인 해결을 짚어주지 못하고 그냥 이용”(기자B) 하는 것이 문제로 인식된다. 또 주변에서는 실제로 이대남 담론이나 “여가부 폐지” 등에 대해 “막 들끓는 사람이 없는데”(기자D) 정치권에서 이를 과잉 해석하면서 이러한 보도가 현실을 반영하지 못한다고 느꼈다.

한편, 커뮤니티발 여론의 보도가 청년의 잘못된 분노를 정당화해 주는 역할을 하고 있다고 비판하기도 했다. 이른바 인국공 사태, 조국 사태 등을 거치면서 우리 사회에서 제기된 ‘공정 담론’은 청년의 분노를 매우 사회적인 해석이 필요한 것으로 여기게 했다. 그런데, 이 과정에서 언론이 정치권의 담론과 커뮤니티발 여론을 그대로 보도하면서 “받아들여져야 할 분노와 일고의 가치가 없는 분노”를 구분하지 않고 청년의 분노를 정당화하였다.

그러나 구조적인 분석에 있어서 언론사 조직 자체도 보수적이기 때문에 자유롭게 발제해서 취재 보도하는 것이 어려울 수 있다고 느낀다. 발제 자체가 비교적 자유로운 언론사와 그렇지 못한 언론사가 나뉘기도 했지만 젠더 이슈 등에 대해서는 기자들의 발제가 부담되는 상황이 발생하고 “발제 자체가 안 먹히고 그러니까 여자 기자들도 눈치를 보고 반영이 별로 안되는”(기자B) 상황일 수 있다는 것이다. 또, 커뮤니티 내의 3040남성과 2030남성 간의 정치적 갈등 상황이 벌어지고 이것을 “기자들이 눈여겨보면서”(기자F) 세대 갈등 보도가 이어진다고 여기기도 한다.

이처럼 한국 사회의 정치 과잉 상황에서 언론의 보도는 정치권의 ‘빅 마우스’의 발언을 따라 경쟁적인 보도를 하는 상황이었으며, 특정 커뮤니티발 이슈와 여론을 ‘20대 남자의 여론’으로 간주해 이를 인용하고 참고하며 선거 전략으로 삼은 정치적 맥락이 언론의 보도로 이어져 커뮤니티발 여론이 20대 청년을 과잉 대표하게 되었다.

전체 언론 생태계에서 커뮤니티발 이슈 보도가 “기사로서 가치가 없다”고 여기는데도 불구하고 많이 생산되는 이유는 “조회수가 나오고 일단 먹고 살아야 되고” “아무도 돈을 내고 뉴스를 소비하지 않기 때문”이라는 인식이다(기자B). 커뮤니티발 이슈 기사는 “우리한테 중요한 기사는 아니지만 클릭은 해야 하니까 써먹는 용도”(기자E)로 활용되고 있다. 커뮤니티발 여론의 보도는 결국에는 “기사 퀄리티가 점점 낮아지는” 결과로 나타나고 있다고 본다.

한편, 언론이 ‘청년’을 다루는 방식과 언론환경의 문제가 한정된 취재원의 문제를 유발하고 있다는 지적도 있었다. 먼저 언론은 ‘청년’을 중산층 이상의 서울 소재 4년제 대학에 다니는 (주로 남자) 대학생으로 상정한다. 이러한 청년 담론은 매우 다양하고 이질적인 청년 세대의 모습을 일부 엘리트 집단으로 환원하여 과잉 대표하고, 계급이나 젠더 등과 관련한 청년 세대 내의 다양한 불평등 문제를 삭제한다는 점에서 문제로 여겨진다. 하지만 이렇게 특정 계층의 청년만을 청년의 대표로 상정하는 방식은 기자 자신의 정체성과 무관하지 않다. 기자 스스로가 가진 청년 담론에 대한 문제의식이 한계를 갖는다는 점과 더불어, 기사에서 대표되는 ‘청년층’ 또한 기자의 주변 인물로 채워지고 있기 때문이다. 이처럼 청년을 매

우 한정된 소수 집단으로 재현하는 문제는 언론사 구성원 자체가 계층적으로 매우 동질적이라는 점과 연관된다.

게다가 마감 시간의 압박은 취재원 풀을 늘리는 노력을 기울이지 못하게 하고, 충분한 분석과 해설을 부재하게 한다. 기자들은 오전 10시에 기사를 발제해 4시까지 취재를 마치고 기사까지 작성해 올려야 하는 직업 환경에서 전화 인터뷰에 바로 응할 수 있는 사람을 찾게 되기 때문에 다양한 계층의 세대 문제를 다루는 것이 매우 어렵다고 느낀다. “취재한다고 며칠을 주는 게 아니기 때문에 그냥 주변에 있는 그런 사람들을 찾게” 되고, 이에 따라 기성 언론이 다양한 청년 세대를 다루는 것이 어렵다고 느낀다. 또, 정치부, 법조 등을 출입하면서 “주로 굉장히 나이가 많으신 기득권 남성들”의 입장을 듣다 보니 “청년들의 얘기와는 현장에서 거리가 떨어진 상태”가 되기도 한다(기자B).

이제 세대 갈등은 포털에서 “하루 이틀 정도 소비되다 마는” 연예 뉴스나 이슈 보도보다도 더 오랫동안 써먹을 수 있는 키워드로 부상했다. “기본적으로 조어를 좋아하는” 언론이 세대 관련 조어를 만들어 담론을 주도하는 식으로 “실시간 키워드나 이런 걸 오히려 넘어서는 느낌”(기자F)이라는 것이다. “제목 밖에 없는”(기자C) 디지털 뉴스 소비 환경은 이러한 보도 경향을 극대화한다. “이대남 이렇게 해서 제목을 뽑았는데 그게 또 클릭이 잘 나온다 그러면 제목을 또 거기에 맞게 수정”하는 구조에서 “갈등적인 요소를 제외하는 것 자체가 쉽지 않을 것 같다”(기자F)는 것이다. 디지털 환경에서 갈등 보도는 클릭을 유발하는 주요한 콘텐츠로 자리 잡고 있기 때문에 이러한 요소가 제목을 뽑는 방식에도 반영되는 등 기사 생산 과정에서 기자들의 특정한 행위를 유도한다. 이 과정에서 발화 주체의 발언을 축약해서 인용하거나, 대립 구도를 강조(○○ vs △△, ○○ 對 △△)하는 방식, ‘와글와글’, ‘부글부글’, ‘뿔났다’ 등과 같은 분노의 표현이 사용되곤 한다. 여기서 축약, 환원, 단순화, 낙인 등의 문제가 나타난다. 데스크에 의해 좋은 기사로 요구되는 것이 “복잡하고 정확하게 라벨링”하는 것보다 “직관적으로 읽혀야 하는 게 최우선순위”로 “땀락을 추가하는 게 약간 금기시”(기자A)되기도 한다. 이런 식의 보도는 세대 간 갈등을 더욱 심화하는 요인으로 인식된다.

모두가 자기 기사에 몰두하고 있고 소통이 부재한 기자의 개별화 상황에서 일괄적인 보도 방향성을 잡거나 제목에 대한 통제가 한계를 갖는다고 보지만, 일부 도입된 젠더 데스크나 디지털 편집자가 선정적이거나 성차별적인 제목을 바로잡는 사례도 있었다. 이는 전사적으로 특정한 이슈의 윤리적 보도를 위한 가이드라인을 숙지하는 등의 절차가 필요하다는 점을 상기시킨다.

#### 4) 디지털 환경과 기자들의 대응

디지털 환경에 대응하는 방식이나 입장은 언론사마다 달랐는데, 디지털 대응을 전문으로 하는 자회사나 내부 팀이 있는 경우 커뮤니티발 이슈와 속보 중심으로 기사를 작성하기도 했다. 이러한 구조에서 “너무 과도하게 (온라인 팀에) 발주를 넣는다거나 이거 잘 읽히니까 이거 써라 하는 것도 분명히 있어서”

내부 기자들의 불만이 표출되기도 한다.

사내 구성원들이 디지털 환경에서 양산되는 보도의 문제에 대해 지적하거나 내, 외부 구성원들이 참여하는 위원회 등에서 생산된 기사에 대한 문제 제기를 받는 경우도 있다.

선정적인 보도를 안 하려는 내부의 자성이 있다 해도 지방 주재 기자나 디지털 팀 등에서 성인지 감수성이 무뎠던 보도를 하는 경우도 있었다. 이러한 것이 내부 구성원들에 의해 문제로 제기되고 받아들여져 수정되는 과정은 일부 진보지에서 나타났다. 사주가 있는 경우 “오너의 생각을 뚫고 가는 것”이 어려운 일이며 이것이 저널리즘 가치와 충돌하는 경우도 잦다고 인식한다. 인터넷 언론사의 경우 “어떤 기사가 얼마나 팔리냐에 따라 우리 회사 경영과 직결되고 그것이 내 급여와 직결되는 구조”라면 기자의 기사 생산 방식 또한 매우 달라질 수 있다고 인식했다. 공격적으로 조회수를 중시하는 보도를 하는 경우 “조회수가 중요한데 벌어오는 게 중요하니까” 이러한 문제 인식 없이 클릭 유발 기사를 생산하고 있다고 느낀다. 대다수 언론사가 “데스크가 다른 데 다 썼는데 우리만 안 쓰는 데 민감”하여 모든 언론사가 “거의 통신사처럼 다 똑같이 연합이랑 거의 똑같은 수준으로 속보를 보내는”(기자B) 환경이 되었다고 밝힌다.

디지털 중심의 언론환경에 대해 많은 기자가 기술 발전이 기자의 업무 증가, 연성화된 기사 증가, 제목 중심의 뉴스 장사 등으로 오늘의 언론환경을 악화시킨 원인이라고 지적한다. 특히 포털은 “브랜드 이슈를 다 없애버리고 연성화된 기사를 막 소비”하게 하고, “클릭커블한 기사를 생산할 수밖에 없는” 환경을 조성했으며, “비즈니스 모델을 약화시켜 신문사들이 주요 이슈에 대해 길게 취재하고 집중적으로 취재할 수 있는 토대를 다 허물어뜨렸다”고 인식한다(기자C). 포털과 유튜브 등의 알고리즘으로 뉴스의 개인화와 편향이 심해지면서 “사람들의 인식 체계를 갈라놓고” “기술이 자꾸 저널리즘으로 침탈해 들어와도 책임도 못 질 이런 일들이 발생”(기자D)하고 있는 상황에 무력감을 호소하기도 한다.

그러나 한편으로 언론사의 규모나 기자 개인의 성향에 따라 포털에 대한 인식은 다소 차이가 있었다. 최근에는 포털보다도 다양한 미디어 서비스로 뉴스 유통, 소비가 분화되었다고 느끼는 동시에, 포털이 기사 유통을 더 확산시키고 기사를 보다 ‘인터랙티브’한 것으로 만들어 왔다는 인식도 있었다. 개별 언론사가 단독으로 투자하기 어려운 기술적 요소나 자본의 측면을 포털이 대행해 왔다는 평가도 있었다. 이러한 과정에서 클릭수는 자극적으로 쓸수록 높게 나오지만 “뭐가 중요하냐에 대한 가치 판단”(기자G)이 필요하게 된다. 클릭 유발로 조회수를 얻을지, 신뢰도나 “평판 자산”을 얻을지를 선택하는 과정이 도입된다는 것이다.

이처럼 디지털 환경에 대한 각 언론사의 대응은 수익화와 저널리즘 가치와의 사이에서 다르게 나타났는데 이는 사주의 유무나 언론사 규모 등에 따라 매우 다르게 나타나고 있었다. 전반적으로 기술 환경의 변화는 언론의 수익화 추구를 강화했으며 온라인 중심으로 연성화된 기사와 갈등 중심의 클릭 유발 보도를 추구하는 경향을 강화하는 것으로 보인다.

## 5) 언론의 정파적 보도와 독자론의 필요성

한편 세대 갈등 보도가 유력 정치인과 정당의 주요한 선거 전략과 관련된 만큼 한국 언론의 정파적 성향에 따라 미디어 소비가 갈리는 것으로 나타났다. 결국, 언론의 세대 갈등 보도는 세대 갈등의 구조적 문제에 대한 심층 분석보다는 신문의 주요 유료 구독자층인 “4, 50대 정치에 관심이 많은 남성 집단”을 겨냥하여 이루어지고 있다는 판단이었다.

이러한 상황에 대해 기자들은 ‘독자론’의 필요성을 강조했다. 좋은 기사를 응원하고 소비해주고, 돈을 내고 뉴스를 소비하는 등 독자로서 좋은 언론을 만들기 위한 실천이 필요하다는 것이었다. “취재원도 변하고 언론사도 변하고 독자도 변해야 하는” “삼박자가 되어야” 하는데 한국 사회에서는 “독자 이야기를 많이 안하고” “독자들은 항상 비판에서 한발 물러나 있”다고 여긴다. 하지만 어쩌면 “제일 중요한 건 사실 독자”(기자D)라고 느낀다. “독자가 어떤 콘텐츠를 수용하고 그것을 어떻게 해석하고 전파하는지 독자론이 중요하다”(기자I)는 것이다. 공들인 기사를 배척하고 자극적이고 선정적인 기사를 택하는 독자들의 반응에 언론이 반응한다고 보면서 독자의 올바른 수용이 매우 중요한 지점이라고 여긴다. 또, 이러한 요소들이 비즈니스 모델로 이어지고 기술 이슈와도 결합해야 한다고 본다. 이처럼 기자들은 디지털 생태계에서 좋은 기사를 소비하는 독자의 존재가 좋은 기사를 생산하는 동력이라고 인식했고, ‘기레기’라는 비난의 멸칭보다 좋은 언론을 만들기 위해 함께 하는 독자의 존재가 필요하다고 밝혔다.

## 6) 언론사 내 세대 갈등

뉴스룸 내의 세대 갈등 또한 사회 내 세대 갈등의 단면을 보여준다. 언론 조직 내 세대 간 빈부의 격차와 문화적 차이, 노동과 직장, 기자직을 대하는 태도의 차이, 디지털 환경에 대한 적응 차이 등이 언론 조직에도 나타나고 있는 세대 차이의 문제였다.

미디어 환경의 빠른 변화에 대한 적응 정도에서 세대 차이가 나타나기도 한다. 언론사별로 차이는 있지만 신문 지면을 중시하는 경우 “뉴스룸의 역동성이 완전히 무너졌다”고 느끼거나, 젊은 기자들의 다양한 시도가 막혀 있다고 느꼈으며, 언론사 내에 “디지털 세대와 비(非) 디지털 세대가 공존하면서 비즈니스 모델은 없는 상황”(기자C)이 문제시된다.

언론사 내 세대 갈등은 새롭게 등장하는 다양한 미디어에 대한 적응에 있어 세대 차이뿐 아니라, 신문 중심의 미디어 조직과 ‘디지털 네이티브’ 세대 간의 차이로도 나타난다. 이는 변화하는 미디어 환경에서 젊은 기자들의 표현 욕구를 외면할 수 없는 상황으로 이어지며, 내부에서 미디어에 대한 이해도를 두고 소통의 단절이 일어나기도 한다. 언론사 내의 세대 갈등은 ‘디지털’과 결합하여 증폭되고 있다고 여겨졌는데, 예를 들어 디지털이 중요하다는 인식은 공유하지만 “위에서 성공할 수 없는 지시를 한다든지 잘 모르고 어디서 이야기 하나 듣고 와서 막 밀어부친다든지” 하는 등 “이해도가 떨어”져서 “밑에서는 절

대 먼저 아이디어를 안 내고” 있다고 여기거나 후배 세대의 표현 욕구를 회사가 제대로 지원하지 못하는 식으로 갈등이 발생한다. 또, 실제로 디지털로 수익화가 잘 일어나지 않기 때문에 여전히 4,50대 이상의 정치에 관심이 많은 중년 이상의 남성이 유료 독자인 상황에서 디지털화에 대한 모순이 발생한다.

이러한 모순에 대해, 언론사가 “그 시대의 감수성”을 가장 체득하고 온 젊은 세대에게 여러 가지 기회를 주는 것이 다양성 확보에 도움이 된다는 의견도 있었다. “다양성을 보여주는 발제는 위에서 내리꽂기 보다는 다양한 구성원에서 나오는 게 맞기” 때문에 젊은 세대의 발언권을 자유롭게 부여하는 것이 언론사로서 해야 할 일이라고 본다.

## 7) 세대 갈등 보도 개선을 위한 기자 제언

언론의 세대 보도가 정파적인 목적으로 활용되지 않아야 한다는 점에 많은 기자가 동의했다. 이를 위해 세대 보도가 갈등 중심으로 강조되는 방식이 지양되어야 한다고 인식했다. “실제로 하고 싶은 말을 하기 위해 젠더나 계층, 세대를 무리하게 이용하는” 방식을 조금만 줄이는 것이 출발점이 될 수 있다고 본다. 또한, 젠더 보도에 대한 가이드라인이 마련되어 정착한 것처럼 가이드라인이 마련되어 언론사에서 활용되는 방식도 필요하다고 본다.

근본적으로는 언론사 인력 및 데스크 급의 구성원이 다양해져야 한다는 주장이 제기되었다. 이를 위해 ‘블라인드’ 채용 방식이 활용되고 있다고 언급하기도 했다. 취재원의 다양화를 위해 기자가 스스로의 정체성과 주변의 한계를 인식하는 작업이 필요하다고 인식하기도 했다. 언론도 취재원의 풀을 성별, 지역, 연령 등을 고려하여 다양하게 의식적으로 발굴할 필요성과 의무가 있고, 취재 과정에서 “이야기를 많이 들어보려고 의식적으로 노력”하는 과정도 필요하다(기자G). 예를 들어 청년층이 “수도권 혹은 서울에 있는 20대 대학생 목소리”에 한정되어 재현되고 있다는 점을 인식하고 이에 대해 비판적으로 접근해 다양한 청년의 모습을 발굴하고 대변하거나 그간 언론에서 주목받지 못했던 소외 계층의 청년을 발굴하는 방식의 보도가 필요하다고 본다.

나아가 ‘세대교체’가 필요하다는 주장도 있었다. 젊은 기자들이 편집회의 등 회사의 중요한 보도 방향 설정에 적극적으로 참여하도록 활성화되어야 한다는 의견도 있었다. 결국에는 사내 구성원들 간에 소통이 더욱 빈번하게 마련되어야 한다는 것이다.

또한, 언론이 심층적인 취재와 보도를 통해 ‘호흡이 긴 기사’를 작성하는 것이 언론의 최선이라고 보기도 한다. 세대라는 구분을 지양하고 사안마다 “기득권 유무”를 기준으로 두고 ‘기득권자’를 비판하는 방식의 보도가 낫다고 보기도 한다. 언론이 취재를 더 열심히 하고 맥락을 충분히 전달한다면 “세대 말고 다른 게 기억에 남을 거”라고 생각을 한다.

또한, ‘독자론’에 대한 담론화와 독자 교육도 필요하다고 보았다. 좋은 언론을 만들기 위한 독자의 책임이 강조되고, “어릴 때부터 미디어 리터러시 교육 같은 것이 진행”되고 “교과 과정에 포함된다면”(기자

E) 독자 교육이 일부나마 이루어질 수 있을 것이라고 보기도 했다.

좋은 기사 작성을 위한 욕구는 모든 기자가 갖고 있는 만큼 현재의 언론환경 조건을 개선하려는 시도가 이루어지면 좋겠다는 의견도 많이 있었다. 이직과 전직에 대한 분석, 기자 인력 부족을 해결할 수 있는 문제, 디지털 환경에서 저질 광고의 문제 등을 포함해 현재 언론환경의 문제를 개선하기 위한 노력이 필요하다는 언급이다. 취재 과정에서 기자들이 경험하는 트라우마나 혐오 표현 등에 대응하는 심리치료 지원 방안, 상담 제공 등으로 언론인들의 실질적 문제를 해결하도록 지원해주는 방식이 요구되었다.

이처럼 기자들은 세대 갈등 보도가 양산되는 언론 보도의 과정에 대한 성찰의 필요성과 함께 세대 갈등 보도가 양산될 수밖에 없는 언론환경의 구조적 맥락에 대한 개선이 다양한 행위자들과 함께 이루어져야 한다고 보았다.

## 8) 세대 갈등 보도 개선을 위한 전문가 제언

전문가들은 세대 갈등 보도가 생산되는 환경적 구조적 원인이 존재한다고 보았다. 먼저, 언론의 게으른 취재 보도가 원인이라는 지적이었다. 전문가 C는 세대론이 “특수한 사례에 대한 깊이 있는 취재를 게을리하고 있기 때문”에 나타나고 있다고 보면서, 세대에 대한 일반화 보도가 세대에 대한 세심한 차이나 구조적인 분석을 어렵게 하고 있다고 보았다.

둘째로는 언론의 정파성 문제가 지적되었다. 세대 갈등 보도에서 보수/진보 언론이 각각 대변하는 집단의 세대 특성이 정파적 집단 사고의 경직성으로 나타나고 있다는 것이다.

셋째로, 이러한 언론환경에서 세대 갈등은 미디어를 통해 담론화하기 매우 적절한 소재였다고 보았다. 선거를 앞두고 보수 정치권에서 청년 세대 문제를 정쟁화하고 단순화한 것이 성과를 거두었고 세대 갈등이 언론의 주목을 끌게 되었다는 것이다(전문가A). 이러한 보도는 현실의 경쟁과 경제적 어려움의 원인을 특정 누군가를 비난하지 않으면서 매우 포괄적인 “세대”로 추상화시키는 경향으로 나타난다(전문가C).

넷째, 디지털 환경의 기술적, 문화적 조건들이 세대 갈등을 유발하거나 강화, 확대하는 데 기여했다고 보기도 했다. 모바일 중심의 디지털 환경에서 뉴스 생산, 유통, 소비가 디지털화되고 있으며 소셜 미디어 공간이 정보 및 의견 공유 중심으로 부상하고 있다. 또 포털 의존적인 한국 언론환경은 “즉자적인 갈등 유발형 정보와 의견의 손쉬운 확산을 가능”(전문가A)하게 하고, 이러한 맥락에서 세대 갈등은 자극적이고 “장사가 잘되는 아이템”(전문가A)으로 부상했다. 예를 들어 조국 사태와 관련한 엄청난 양의 보도는 그와 관련한 정치적 이해를 넘어 세대 갈등이 장사가 잘되는 아이템으로서 “디지털 무한 경쟁의 언론계 환경에서는 어느 언론도 마다하기 어려운 주제”(전문가A)로 떠올랐다는 분석이다. 세대 갈등의 이슈는 혐오표현의 확산과 언론의 재생산과 거의 유사한 구조적 환경에서 작동하면서(전문가A), 커뮤니티나 유튜브를 통해 유통되는 세대 관련 낙인이나 혐오 표현을 언론이 ‘복붙’하는 과정으로 나타났으며(전문가C) 군소 인터넷 매체는 물론 주류 언론까지 가세한 사례로 나타났다는 점에서 주류 언론의 반성이 필

요한 지점이다(전문가B).

또, 디지털 환경은 소셜 네트워크 미디어의 영향력을 확대시켜 나의 의견과 유사하거나 내 의견에 동조하는 사람들을 만날 기회를 확장시켰고, 이러한 동질적인 의견 망에서 자신의 의견에 설득력을 더할 수 있는 근거를 추가할 기회 또한 늘어났다고 본다. 전문가 B는 세대 관련 이슈가 다양한 세대의 관심을 끌 수 있으며, 이러한 관심이 명성이나 상업적 이득으로 연결됨으로써 특정 인물이 더 목소리를 쉽게 키워가는 방향으로 나타난다고 보았다. 여기서 뉴스는 더욱 “자극적”이고 “눈길을 끌 수 있어야” 하는데 세대 차이의 이슈는 많은 연령대 독자를 끌 수 있고 조회수를 늘리는 중요한 수단으로 작동할 수 있다는 것이다(전문가C).

이러한 배경 진단에 따라, 세대 갈등 보도의 문제를 개선하기 위해 전문가들은 다음과 같이 제안했다.

먼저, 언론 보도의 개선이 필요하다는 주장이다. 언론이 “특정 세대를 단일 집단으로 표현하는 방식을 지양”하고, 어떤 사건의 원인이 “특정 세대 탓으로 보이게 해서는 안된다”는 것이다. 이와 같이 세대를 기사화하는 데 있어서 일반론을 경계해야 하며, 구조적 문제를 세대로 치환하는 우를 범해서는 안 된다는 것이다.

둘째, 세대 갈등 유발 기사가 생산되는 언론환경의 구조적 맥락을 분석하고 언론이 처한 전반적인 상황을 개선하는 노력을 기울여야 한다는 주장이다. 전문가 A는 세대 갈등 유발 기사가 한국 언론에서 뚜렷하게 나타나고 있다고 보면서 뉴스 유통 및 소비 환경에서 이러한 갈등 기사가 많은 대중적 관심을 끌게 되는 언론계 상황이 문제이므로 이러한 상황 개선이 필요하다고 지적한다. 특히 기술적 수단을 활용한 대처 방안들이나 개입 등 기술적 조건을 개선하는 제도적 장치의 마련도 필요하다는 인식이다.

셋째로는 시민 교육 즉 ‘독자 교육’이 필요하다고 보았다. 전문가 B는 미디어 리터러시 교육뿐 아니라 “편견, 선입견, 혐오, 차별의식을 가지고 있을지도 모르는 당신이 문제”라는 시민 교육이 필요하며, 세대 갈등의 문제를 무조건 “언론/미디어 탓”으로 돌리는 “(전부는 아니지만) 과잉-도덕화된 미디어 리터러시 교육 철학에도 조금은 변화가 필요하다”고 주장한다. 이는 결국 언론의 세대 갈등 보도 혹은 인터넷상의 ‘갈라치기 선동’ 등이 생산되는 이유가 “시민의 동조” 때문이라는 인식에 기반한다. 또, 세대론을 주장하는 정치문화가 개선되어야 한다고 본다. “언론 탓만 해서는 혹은 언론의 문제로 분절화해서 분석하는 것”은 곤란하다는 것이다.

## 5. 결론

2017년부터 2022년 3월까지, 조국 사태, 2021년 대선, 국민연금, 부동산 및 재테크, 인천국제공항정규직전환, 코로나19라는 여섯 가지의 주요 사건을 중심으로 세대 갈등에 대한 5개 일간지(조선일보, 중앙일보, 한국일보, 경향신문, 한겨레)의 기사를 추출하여 분석한 결과, 주로 선거 국면에서 세대 담론이 부각 되었으며, 세대 갈등이 사실상 정파성과 관련하여 동원되고, 청년 세대가 중장년의 목소리를 통해

서 대상화되고 있음이 확인되었다. 세대 명명이 주로 이대남 등 연령을 중심으로 하되 사실상 정치적 주체를 호명하는 담론 구성체에 집중되어 있었다. 몇 가지의 고정관념이나 신조어를 통해 세대를 환원적으로 기술하는 문제가 나타나고 있었다. 세대 내의 다양성과 차이를 구체적으로 살피기보다는, 이미 구성된 세대 고정관념을 부각하는 방식으로 언론 보도가 구성되는 것이다. 이에 따라 세대 갈등이 유도될 수 있는데, 세대를 대립시키고, 분리하는 방식으로 세대의 개념을 구축하는 과정에서 세대 간 소통이나 갈등 해소에 대한 틀을 제시하기 어려울 수 있다. 이는 취재원의 취약성, 다시 말해 온라인 취재원 등 한정되거나 과잉 대표되는 출처, 당사자 목소리의 부재 등과도 연결되고 있다. 특히 정치적 목적에 의한 정치인들의 세대 프레임을 언론이 동조하거나, 혹은 받아쓰기에 그칠 경우, 특정 정치인의 발언이 세대의 의미를 구성하고 세대의 특성을 환원적으로 구성하여 갈등 요인으로 활용하는 결과를 낳고 있었다. 이러한 경향이 나타나고 있는 반면에, 이러한 문제를 보완하거나 극복하고자 하는 대안적인 기사들도 일부는 나타나고 있었다. 세대 프레임이 고정관념을 강화할 수 있는 면을 드러내는 보도나, 같은 세대 내에서 지역, 학력, 젠더, 계층 등에 따른 인식의 차이를 구체적으로 드러내면서 다양성을 강조한 보도, 그리고 세대 당사자의 목소리를 담으려는 노력 등이 대표적이다. 이처럼 세대 보도의 문제를 인식하고 성찰하면서 이를 극복하려는 노력이 좀 더 확장될 필요가 있다.

세대 갈등 관련 보도는 언론의 디지털 미디어 환경 변화에 따른 보도 방식의 변화가 반영된 것으로, 세대 문제의 환원성이라는 문제와 더불어 포털 서비스 매개 뉴스 소비 경향과 맞물려 문제가 발생하는 경우라고 할 수 있다. 여기에 한국 언론의 정파성이 정치적 이해관계에 따라 특정 세대를 호명하려는 정치인의 의도를 그대로 전달하거나 더 나아가 조장하는 방향으로 드러나게 되면서, 세대 이슈가 사회적 변화에 대응하면서 갈등 해소 및 미래 전략 수립을 위한 새로운 의제 설정의 장으로 활용되지 못하는 문제가 드러났다.

이의 개선을 위해 고려할 수 있는 대안으로는 다음과 같은 것들이 있다. 보도 분석 내용 및 전문가와 기자집단 자문을 바탕으로 한다면, 무엇보다 먼저 질문되어야 하는 것은 결국 ‘좋은 저널리즘이란 무엇인가’에 대한 논의라고 할 수 있다. ‘어떤 이슈에 대해서 어떻게 보도해야 하는가’라는 원칙에 대한 갈망이 가이드라인의 요구로 나타나기도 하였다. 이는 가이드라인의 도입이 시급하다기보다는, 좋은 저널리즘, 좋은 기사에 대한 기자 사회 내부의 소통, 공유, 토론과 더불어, 포털 서비스 구조와 정치적 요구라는 외부의 조건으로부터 어떻게 이러한 좋은 저널리즘 실천을 지켜낼 수 있을까에 관련된 원론적인 논의가 여전히 중요하다는 것을 보여준다고 할 수 있다.

이는 언론환경의 구조적 요건 개선을 통해 기자의 저널리즘 실천에 대한 새로운 장을 만들어주는 것을 통해 가능할 수 있다. 현재의 언론환경에서는 디지털화 이후 늘어난 기사량, 포털 중심의 클릭수 중심 평가 체계 등이 기사 생산의 규칙을 정하는 것으로 나타났으며, 이러한 환경에서 기자들이 개별적으로 대안을 구성하기는 쉽지 않은 환경이다. 여기에 언론진흥재단의 일정한 역할을 요구할 수도 있다. 기자들 간의 소통과 성장을 위한 소모임 활동과 교육 활동, 언론사 간 및 언론사 내 세대 간 소통의 기회를 만들

어 내는 것이 필요한 시점이기 때문이다

한편 세대를 중심으로 하는 기획 기사, 특히 당사자의 목소리를 충실하게 전달하면서 정치권의 이해관계에서 벗어난 의제 설정을 하기 위해서는 장시간 취재를 바탕으로 하는 기획 기사가 요구되는데, 젊은 기자 중심의 언론사 내부 팀 구성이나 2,30대 기자들로 이루어진 기획 취재 보도 팀을 지원하는 식으로 언론계에서 젊은 기자들이 적극적으로 취재, 보도를 수행할 수 있게 지원할 필요성이 있다. 칼럼과 같은 의견 기사에서의 젊은 필진 확보도 중요할 것이다. 현재 언론진흥재단의 언론진흥기금 기획 취재 지원 사업 확대, 세대 관련 주제의 지정 기획 마련 등이 이에 대한 대안이 될 수 있다.

포털 환경에 대한 대안은 기술적인 차원, 현재의 환경을 전환 시키는 새로운 플랫폼의 출현 등이 고민될 수 있다. 먼저 기술적인 차원으로는 어뷰징을 제한할 수 있는 포털 뉴스 생태계의 구조를 구축하는 것, 댓글을 유도하는 방식으로 클릭수를 확보하는 기사들이 생산되지 않도록 하기 위한 댓글 정책의 전환 등이 요구될 수 있다. 새로운 플랫폼으로 고민되는 공공 포털 서비스의 필요성에 대한 공감대가 형성되어 있으며, 좋은 기사의 아카이빙 기능, 심층 보도의 유통 기능 등을 부여하여 '포털 서비스'의 이용자가 아닌, 뉴스 독자를 위한 새로운 장을 구성할 가능성이 있다.

가장 단순하게는 언론이 자극적 어휘의 활용에 대한 고민을 나눌 수 있는 사회적 담론장과 플랫폼의 필요성을 언급할 수 있다. 세대 갈등을 극화시키는 데에는 세대 조어와 밈화된 혐오 표현들이 큰 역할을 하고 있다. 고전적인 언어와 담론 이론을 동원하지 않더라도, 특정 어휘가 사고를 제한하고 사건을 인식하는 틀을 구성하는 것은 분명하다. '이대남'은 20대 남성 내부의 다양성을 바라보기보다는 여성가족부 폐지 등 특정한 주장을 중심으로 경직된 사고를 하는 집단을 가리키게 되었으며, 이 과정에서 청년 세대의 계층, 기후위기, 젠더 억압적 사회구조에 대한 고민과 문제 제기가 환원되는 결과를 낳았다. 최근 디지털로 표출되는 기사 제목에서는 클릭을 높이기 위한 조어를 사용하고 지면 신문에서는 순화하는 경향이 뚜렷해지는 경우도 있어, 조어와 밈의 사용에 대한 고민을 나누고 원칙을 구성해가는 담론장이 필요하다고 할 수 있다.

또한, 전문가들의 지적대로 시민 및 독자 교육 역시 중요해지고 있다. 뉴스 리터러시 교육이 현재 다양한 시민단체 및 공공기관을 통해 이루어지고 있지만, 명확한 체계가 제시되어 있지는 않으며 단체별로 산발적으로 진행되는 양상이다. 무엇보다 가짜뉴스 판별 등을 중심으로 이루어지는 경향이 있어, 뉴스 독자가 뉴스에 대해서 어떻게 비판적으로 접근할 것인지와 더불어 시민의 의무로서 댓글과 소통에 대한 고민을 할 수 있는 내용이 보다 구체적으로 제시될 필요가 있다.

이처럼 세대 보도에 대한 개선 노력은 언론 경영자, 생산자, 시민 모두의 책임이며 함께 수행해야 하는 문제이다. 극적이거나 감정적인 세대 담론을 만들어 내거나 수용하는 행위가 다양한 위치의 사람들, 특히 사회적 약자를 소외시킬 수 있으며, 소모적인 사회적 갈등을 불러일으킬 수 있다는 공감의 우선되어야 할 필요가 있으며, 변화는 세대 간/내의 차이에 대한 지속적인 다양성 교육에서부터 시작될 수 있을 것이다.