

신문제목, 이대로 좋은가
-한 · 일 · 미 6 개의 비교분석

최종수
한국언론연구원 연구이사

우리나라의 신문제목에서 부제의 수효가 많은 것은 편집자들이 되도록이면 많은 내용을 전시하려는 의욕 때문인데 그러한 목적에서라면 큰 활자로 몇 개의 부제를 만들어 제목부분만 무겁게 할 것이 아니라 기사의 요소에다 본문보다 약간 큰 활자로 서브 헤드(sub-head)를 달아주는 편이 독자에게도 친절한 서비스가 되고 지면의 균제축미를 살리는데도 훨씬 효과적이라 할 수 있다.

신문에 긴(다단) 제목을 다는 첫째 이유는 그 기사의 중요성을 상징하면서 독자의 눈을 끌어 들이는데 있는 것이지 글자를 많이 넣어 많은 내용을 담기 위한 것은 아니다. 긴 제목은 또한 활자의 사이즈가 크기 때문에 제목의 길이가 길다고 해서 반드시 활자의 수가 많이 들어가는 것은 아니다. 요컨대 우리나라 신문에서 다단제목에 애용하는 것은 경쟁 심리에서 나오는 일종의 타성이지 어쩔 수 없는 편집상의 필요라고 볼 수는 없다는 말이다.

1. 신문제목 외형상의 문제점

『오늘날 신문독자 가운데 제목을 읽고 나서 기사까지 마저 읽는 사람이 극소수에 불과하다는 사실과 대부분의 사회 여론이 신문제목에서 우러나온다는 사실을 곰곰이 생각해 본다면 책상머리에서 제목이나 달고있는 편집기자들이 기실 얼마나 엄청난 영향력을 휘두르고 있는 가를 깨닫게 될 것이다.』 벌써 반세기 전에 미국의 신문학자 그랜 · 프랭크가 한 말이다. 생색 없이 고생만 하는 편집기자들이 참다운 역할을 제대로 평가해 준 말로만 받아들일 것은 없다. 오히려 신문제목이 끼치는 사회적 영향의 막중함에 비추어 제구실을 다하지 못하고 있는 편집 기자들에 대한 일깨움으로 받아들여야 옳다.

우리 사회도 이젠 제법 바빠 돌아가고 있다. 소위 「제목독자」(headline-readers)가 날로 늘어가고 있는 추세임은 틀림없다. 이 땅의 여론에 영향을 줄만한 사람들치고 바쁘지 않은 사람이 없다고 볼 때 이 사회의 여론도 결국 「제목독자」들에 의해서 형성되고 있다고 해서 과히 빗나간 말은 아닐 것 같다.

마감시간에 쫓기면서 속속 밀려드는 기사들을 골라잡아 그것이 지니는 뉴스가치에 상응한 지면배정과 제목규격에 맞추어서 몇 마디의 눈길 끄는 단어 속에 기사의 대요를 압축 표현하는 작업이 결코 쉬운 일은 아니다.

신문제목은 첫째 독자의 주목을 끌어들여야 하고 둘째 기사내용의 골자를 담고있어야 하며 셋째 그 뉴스의 성격이나 상대적인 가치를 외형의 상징을 통해서 표현해야 되며 넷째로 동시에 전체의 지면을 아름답고 매력적으로 꾸미는데 기여해야 되는 것이다.

따라서 제목을 작성하는 작업은 광범위한 교양과 정밀한 시사적 지식, 간결한 문장력, 예민한 가치판단능력, 그리고 정교한 미적 감각을 필요로 하는 것이다.

『편집을 맡고 있는 사람들은 모든 예술가운데서도 가장 어려운 기술중의 하나인 제목 작성기술의 대가들임에 틀림없지만 일반 사람들은 말할 필요도 없고 심지어 같은 사내 사람들마저도 그들을 칭찬하거나 고맙게 생각하는 경우가 거의 없다』고 할 때 뉴욕 · 타임즈 편집부 국장을 지낸 네일 · 매크네일이 어려운 일을 하고도 응분의 칭찬을 받기는 커녕 자칫 실수할 경우에는 호되게 비판 받기 일수인 편집기자들의 외로운 처지를 푸념했던 말이다.

필자도 한때 편집분야에 종사했던 경험에 비추어 매크네일의 푸념에 공감하는 바 많다. 따라서 현재 우리 나라 신문의 편집분야에 종사하는 동료들이 겪고 있는 고충과 안간힘에 대해서는 충분한 이해와 칭찬을 보내고 싶을 뿐 선불리 비판할 생각은 없다.

그러나 최근 몇 년 사이 우리나라 신문의 편집스타일에서, 특히 제목에서 센세이셔널(sensational)한 요소가 두드러지게 풍겨 나오고 있다는 인상을 지울 수가 없다.

흔히 신문에서 말썽을 일으키는 「센세이셔널리즘」은 「외형」보다는 「내용」에서 문제가 되는 경우가 많다. 물론 우리나라 신문의 내용 면에서 그리고 제목의 표현 내용에서 센세이셔널한 요소가 전혀 없는 것은 아니지만 여기에서는 편집의 외형, 특히 제목의 외형에서 풍기는 센세이셔널한 경향만을 다루려고 한다.

편집의 외형이 센세이셔널하다고 느껴지는 첫째 이유는 제목이 기사의 내용에 비해서 너무 크다는데 있다. 제목이 지나치게 흥분하고 있다는 말이다. 기사의 내용이 충격적이고 흥분할만한 요소가 있다면 제목도 흥분하는 것은 당연하다. 그러나 기사의 내용이 그렇게 흥분할 요소를 담고있지 않는데도 제목이 다만 「툭」 아니면 「중간툭」이라는 그 가치에 붙은 타성때문에 공연히 흥분한다는 것은 편집의 기본원칙에 어긋나는 일이며 독자를 기만하는 일이다.

천지이변 · 중대한 개혁조치 · 대형사고따위가 일어났다면 몰라도, 극히 평온한 날의 우리 신문의 각면 톱기사에서 제목이 차지하는 스페이스(공간)가 기사 스페이스를 능가하거나 거의 비슷하게 차지해도 좋을 것인가. 우리나라 지면에서 주요기사의 제목부분이 차지하는 스페이스는 확실히 「너무」 넓다고 느껴진다.

그러면 그와 같은 결과는 어디에서 오는 것일까.

그것은 제목의 활자(주요기사의 경우)가 「너무」 크며, 제목의 길이 (단수)가 「너무」 길며, 또한 제목의 수효가 「너무」 많기 때문인 것으로 느껴지는 것이다.

그러나 여기에서 가장 큰 문제는 우리나라 신문의 편집을 담당하고 있는 실무자들이 방금 지적한 3개의 「너무」를 의식하지 않고 있지 않느냐에 있는 것 같다.

거의 비슷한 편집패턴과 경향을 따르고 있는 국내각지끼리 아무리 비교해 보아야 앞서의 3개의 「너무」는 오히려 「당연」으로 여겨질 것이고 기껏 일본신문을 훑어보아야 비슷한 것으로 여겨질 런지 모른다. 그럼 서구 신문들은 어떤가. 편집의 포맷(체재)이 다르니 아예 비교의 대상이 되지 않는 것으로 생각할 는지도 모른다. 그러나 비록 서구 신문이 우리 신문과 포맷은 다르다 하더라도 편집의 원리는 같은 요소도 많아서 하나의 비교의 기준(frame of reference)이 될 수 있다고 생각한다. 더구나 서구 신문들은 3 ~ 4 백년의 경험을 통해서 오늘의 편집에 이른 것이어서 비교 참고할 점이 많은 것이다.

그래서 여기에서는 한국과 일본, 그리고 미국의 대표지들을 상호 비교함으로써 현재의 한국의 편집스타일이 얼마나 센세이셔널한 경향에 빠져있는가를 실증해 보기로 한다.

II. 비교분석을 위한 방법론

좀 지루하지만 비교분석의 신뢰성에 관계되는 만큼 몇 가지 방법론상의 절차를 밝혀두어야 할 것 같다.

1. 분석대상지면의 선정

우선 비교하고자 하는 한·일·미 3개국에서 각각 대표지 2개씩을 고르기로 하고 한국에서는 「동아」와 「조선」, 일본에서는 「아사히」와 「요미우리」 그리고 미국에서는 「NYT」와 「WP」를 선정했다. 각국에서 2개지를 선택한 것은 1개지로서는 샘플수가 적고 우연성이 개입하기가 쉽기 때문에 이를 피하고 가능한 한 각국 공통의 패턴을 알아보기 위해서 이다.

그리고 구체적인 비교대상지면은 가능한 한 공통성을 갖게 하기 위해서 전기 6개지의 1982년 9월 1일자는 우선 국내지에 특별히 큰 사건이 없어서 편집스타일에 「이색적」인 것이 없었고, 다행히 일·미 양국 각지의 편집도 평일과 별로 다른 바가 없어서 최근의 평균적인 편집스타일의 비교가 가능하다고 보았기 때문이다.

그러나 9월 1일자 각지의 지면 수는 상당한 차가 있었다. 「동아」·「조선」이 각 12면으로 동일하나 일본의 「아사히」와 「요미우리」가 24면으로 2배나 많고, 미국의 「NYT」와 「WP」는 각각 92면과 1백 14면으로 크게 차가 있었다. 따라서 각지의 각면을 모두 분석한다는 것은 무의미할 뿐 아니라 비교도 불가능한 것이었다.

그래서 6개지가 공유하는 다음과 같은 6개지면을 분석대상으로 골랐다. 물론 신문의 성격이나 특색, 특히 편집스타일 등은 제 1면에 종합적으로 대표되는 것이기 때문에 제 1면의 비교만으로도 불가능한 것은 아니지만 각국의, 또는 각지의 특색을 보다 더 부각시키기 위해서 제 1면뿐 아니라 사회면, 경제면, 국제면, 스포츠면, 의견면을 더 보탬다.

제 1면만은 어느 신문이나 확연하지만 기타면은 외국의 경우 복수로 나오고 있어서 함부로 지정할 수가 없다. 사회면·국제면·스포츠 면은 일본의 경우 첫 페이지를 선택했고 미국의 경우는 사회면은 메트로폴리탄(metropolitan) 면의 첫 페이지, 그리고 바른 면들은 각 해당 섹션의 첫 페이지를 골랐다. 그리고 의견면의 경우는 미국에서는 사회면을 고르지 않고 사설면의 맞은 편에 있는 의견면을, 한국이나 일본의 경우는 「해설」면을 골랐다. 각국이 사설을 게재하는 면이 바르며 사설의 편집스타일이 다르기 때문에 차라리 「사설」이 들어있지 않는 의견면의 공통성을 찾아보기 위해서 였다.

2. 분석항목 과 계량단위

각면에서의 분석대상에서 광고와 사고 또는 기사인덱스는 제외하고 그날의 변화를 알리는 뉴스부분의 지면에 국한했다.

(1) 기사단위

① 제목과 그에 부수하는 기사본문이 구유할 때 그 전체를 하나의 기사로 보았다. ② 내용에 있어서 밀접한 관련이 있다 하더라도 제목부분이 뚜렷이 별개로 존재하면 단독의 기사로 인정했다. ③ 「날씨」나 「단평」처럼 「고정컷」만 있고 따로 제목이 없는 것도 컷부분을 제목으로 인정했다 ④ 「물가지수」처럼 본문설명 없이 수표만 있는 경우도 하나의 기사로 인정했다.

(2) 제목 스페이스

① 제목의 활자부분만이 스페이스가 아니라 그 외부에 남아있는 여백부분도 제목의 스페이스에 포함시켰다. ② 제목이 기사를 사이에 두고 두 부분으로 나누어 있을 경우에는 합산했다. ③ 스페이스의 계량단위는 cm 로 측정하여 가로와 세로의 길이를 곱하여 cm^2 으로 표시했다.

(3) 기사 스페이스

① 기사 리드부분과 본문이 차지하는 스페이스를 합산했다. ② 기사중간에 본문보다 큰 자로 달아진 「서브헤드」는 제목으로 인정하지않고 본문으로 간주했다. ③ 스페이스의 계량단위는 cm^2 로 표시 했다.

(4) 사진 · 도표 스페이스

① 사진 · 도표 · 수표는 원칙상 그 제목의 산하에 들어가는 것이므로 기사부분에 합산할 수도 있는 것이지만 이 분석에서는 기사부분과는 따로 계산했다. ② 사진설명부분의 스페이스는 사진 스페이스에 합산했다.

(5) 제목단위

① 제목은 하나의 아이디어를 표현하고 있으면 하나의 제목으로 보았다. ② 따라서 2행의 제목이 병치되었을 경우 각행이 별개의 내용을 표현하고 있으면 2개의 제목으로 간주했다. ③ 그러나 비록 3행의 제목이라 할지라도 활자의 크기와 서체가 같으면서 한가지 내용을 표현하고 있으면 하나의 제목으로 간주했다. ④ 이와 마찬가지로 영자지의 경우는 한 개의 데크(deck)를 하나의 제목단위로 보았다. ⑤ 활자의 크기와 서체가 다르더라도 동행상에 위치하여 그 제목 단독으로는 뜻이 없고 그 제목을 보완하고 있는 경우는 별개의 제목으로 간주하지 않았다. ⑥ 영자지의 키퍼 (kicker)도 이와 마찬가지로 주제목의 일부로 간주했다.

(6) 제목의 크기

제목의 크기는 활자의 크기(호수)와 제목의 길이(단수)로 비교할 수 있다.

①그러나 한·일등 동양계의 신문들은 컷 제목을 사용하는데 임의의 배수로 확대하기 때문에 호수나 포인트 수로 비교한다 해도 정확할 수가 없다. 따라서 이 분석에서는 제목의 넓이를 컷 제목의 수효로서 대충 비교해 보기로 했다. ② 제목의 길이는 단수로 표시했다. 그러나 3 국 신문의 단수간의 길이가 차가 있어서 비교단위로서는 부적합하다. 한국신문은 세로 17 단에 단간 길이는 3cm 이고, 일본신문은 세로 15 단에 단간 길이는 3.4cm 이며, 미국신문은 가로 6 단에 과간 넓이는 5.5cm 이기 때문이다. 따라서 미국신문의 3 단(16.5cm)은 한국신문의 5 단(15cm)에 가까운 편이다. 제목의 길이도 역시 대충 비교하는데 그치고자 한다.

III. 한·일·미 제목의 분석결과

1. 제목 대 기사의 스페이스 비율

한국신문의 지면은 제목이 차지하는 스페이스가 기사가 차지하는 스페이스에 비해서 과연 너무 많은 것인가.

이러한 의문을 풀어보기 위해서 앞서 말한 방법론을 통해서 집계한 수표가 (표 1-1)에서 (표 1-6)까지 이다.

그러면 순서를 쫓아서 각지의 제 1 면의 분석 결과인 (표 1-1)부터 보기로 한다. 이 항의 주목적은 제목 대 기사 스페이스의 비율을 비교하는데 있지만 곁들여서 제 1 면에 게재된 기사 수와 사진 스페이스를 비교해 보는 것도 참고가 될 것 같아 함께 적어놓았다.

〈표 1-1〉第一面 題目 space와 記事space의 比率

	記事數	題目space	記事space	寫眞·圖表space	題目:記事 比率
東亞	10	493.6	517	149.2	0.95
朝鮮	8	448.0	437	153.0	1.02
朝日	11	417.5	554.5	143.5	0.75
讀賣	8	412.5	710.5	83.6	0.58
NYT	8	247.5	786.5	371.3	0.31
W P	8	310.7	1,084.5	35.8	0.28

* Spece 단위 : cm

(표 1-1)에 나타나 있는 결과는 대체로 다음과 같이 읽을 수 있다.

△ 어느 항목의 숫자를 보더라도 국내지 끼리의 차는 다른 외국지 사이에 벌어진 차보다도 좁다. 즉 이러한 결과는 국내지 끼리는 편집의 스타일에 유사성이 있고 다른 지면의 특성에도 공통성이 있다는 것을 말해준다.

△ 제 1 면에 게재되는 「기사 수」에 있어서는 지면사정이 다름에도 불구하고 한 · 일 · 미 3 국간에 별차가 없다.

△ 한국 신문들의 제 1 면에서는 제목부분이 차지하는 스페이스의 총량이 기사부분의 스페이스에 거의 육박하거나(동아), 오히려 더 많다(조선). 일본신문의 경우는 제목부분이 기사부분의약 1/2 밖에 되지 않으며(요미우리), 많아야 2/3 에 불과하다. 미국의 경우는 모두 제목부분이 기사부분의 1/3 이하의 스페이스 밖에 차지하지 않고있다.

△ 제목 대 기사 스페이스의 비율에 있어서 한 · 일 · 미 3 국 사이의 차리는 확연하며 20%이상의 격차를 보여주고 있다.

△ 제 1 면에서 사진 · 도표에 할애하는 스페이스는 한 · 일 · 미 사이에 확연한 차를 가리기 어렵 다.

그러면 사회면의 경우는 어떤가. (표 1-2)

△ 사회면에 게재되는 기사 수에 있어서는 한일간에는 별차가 없는 것 같다. 동양계와 서양계 사이에는 차가 있어보인다.

△ 제목 대 기사 스페이스의 비율에 있어서는 제 1 면의 패턴을 따르고 있다. 한국신문의 제목스페이스가 일본보다 많고 일본의 스페이스는 미국보다 많다.

△ 사진 스페이스에 있어서는 한 · 일 간에는 별로 차가 없고 동 · 서양 간에는 약간의 차가 보인다.

(표 1 -2)사회면 제목 space 와 기사 space 의 비율

	記事數	題目space	記事space	寫眞·圖表space	題目·記事 比率
東 亞	15	515.3	690.8	50.9	0.74
朝 鮮	7	506.5	493.5	245.0	1.02
朝 日	11	397.0	649.1	124.2	0.61
讀 賣	10	452.9	532.2	149.5	0.85
NYT	5	129.3	832.3	369.3	0.15
W P	7	281.0	876.5	263.3	0.32

경제면은 어떤가. (표 1-3)

(표 1-3)경제면 제목 space 와 기리 space 의 비율

	記事數	題目space	記事space	寫眞・圖表space	題目:記事 比率
東亞	12	415.9	565.5	81.3	0.74
朝鮮					
朝日	15	313.3	777.5	134.3	0.40
讀賣	6	309.3	652.2	221.2	0.47
NYT	7	261.3	777.5	445.5	0.33
W P	8	203.5	924.0	429.0	0.22

※朝鮮은 이날 經濟面이 없었음

△ 기사 수에 있어서는 이날 따라 「조선」의 경제면이 없어서 단정적으로 말할 수는 없지만 동양계가 서양계 보다는 많다.

△ 제목스페이스의 비율에 있어서 한·일 간에 상당한 차가 있어보이며 역시 한>일>미의 패턴을 따르고 있다.

△ 사진 스페이스는 서양계가 동양계보다 뚜렷하게 많다.

국제면은 어떤가(표 1-4)

△ 국제면에서의 기사 수는 한·일간에는 별차가 없고 동·서양간에는 확연한 차가 있다.

(표 1-4)국제면 제목 space 와 기사 space 의 비율

	記事數	題目space	記事space	寫眞・圖表space	題目:記事 比率
東亞	11	403.5	537.6	102.3	0.75
朝鮮	8	331.5	657.0	229.5	0.50
朝日	18	366.3	703.2	126.9	0.52
讀賣	11	452.0	754.9	84.8	0.59
NYT	4	64.3	497.8	247.5	0.12
W P	3	140.3	863.5	371.3	0.16

△ 제목스페이스의 비율에 있어서는 한·일간에 별차는 없지만 역시 한국이 많은 편이고 동·서양간에는 현격한 차가 있다.

△ 사진 스페이스는 서양계가 많은 편이다.

스포츠면은 어떤가. (표 1-5)

(표 1-5)스포츠면 제목 space 와 기사 space 의 비율

	記事數	題目space	記事space	寫眞·圖表space	題目:記事 比率
東 亞	9	402.4	537.1	299.1	0.74
朝 鮮	9	492.5	574.0	298.5	0.85
朝 日	7	260.1	589.4	134.5	0.36
讀 賣	7	338.9	546.7	309.1	0.61
NYT	4	242.0	485.0	656.5	0.49
W P	7	247.5	752.8	573.8	0.32

△ 기사 수에 있어서 한·일·미간에 경미한 차가 있고 역시 한>일>미의 패턴이 나타나 있다.

△ 제목스페이스의 비율에 있어서는 한국이 일·미보다 훨씬 높고, 일·미간에는 별차 없으나 역시 한>일>미 패턴은 뚜렷하다.

△ 사진 스페이스는 동·서양간에 현격한 차가보인다.

해설·의견면은 어떤가. (표 1-6)

△ 해설·의견면에 있어서 많은 기사 수에 있어서 한·일·미간에 별로 뚜렷한 차를 볼 수 없다.

△ 제목스페이스의 비율은 한·일·미간에 뚜렷한 차가 있고 다른 면과 마찬가지로 한>일>미의 패턴을 보여주고 있다. 그러나 한국의 경우 다른 면에 비해서 해설면의 비율은 훨씬 낮은 편이다.

△ 사진 스페이스에서는 별다른 특징적인 차를 볼 수 없다.

(표 1-6) 해설·의견면 제목 space와 기사 space의 비율

	記事數	題目space	記事space	寫眞·圖表space	題目:記事 比率
東 亞	4	419.6	6,745.0	170.4	0.62
朝 鮮	4	329.5	760.8	267.0	0.43
朝 日	3	181.5	785.3	92.3	0.23
讀 賣	2	224.4	566.7	286.9	0.39
NYT	3	74.3	893.8	214.5	0.08
W P	7	221.8	1,363.5		0.16

<종합적인 결과>

이상 6개면의 분석결과를 종합해 보면

△ 한 면에 게재하는 기사 수에 있어서는 대체로 한·일 간에는 별로 차가 없다. 그러나 동양계와 서양계간에는 해설면을 제외하고는 확연한 차가 보인다.

△ 제목 대 기사의 스페이스비율에 있어서는 어느 면을 보더라도 한국이 가장 높다 특히 유사한 편집조건 하에 있는 일본신문에 비해서도 뚜렷이 높다. 더구나 가장 역점을 두기 일쑤인 제 1 면과 사회면의 경우 한국 신문들은 제목 스페이스가 기사 스페이스에 비슷하거나 능가하고 있다.

△ 사진·도표 등에 할애하는 스페이스는 대체로 서양계 신문이 동양계 신문보다 많다.

2. 기사 당 제목수의 비교

한국 신문들의 제목이 차지하는 스페이스는 다른 나라 신문들에 비해서 많다는 결론이 나왔는데, 이러한 결과를 가져 온 이유 중의 하나는 한 기사에 붙이는 제목수가 너무 많기 때문이라고 추측된다.

과연 이러한 추정이 옳은 것인가를 밝히기 위해서한 면에 게재된 기사에 평균 몇 개의 제목이 붙었는가를 수표로 작성한 것이 (표 2-1)에서 (표 2-6)까지 이다.

△ 우선 제 1 면에 게재된 기사 수와 제목 수를 토대로 기사 당 제목 수를 비교해 보면 한국 신문들은 일·미 신문들에 비해 확실히 많은 제목을 붙이고 있다. 일·미 사이에는 별차가 보이지 않는다. (표 2-1)

(표 2-1) 제 1 면 기사 당 제목 수 비교

	記事數	題目個數	記事當 平均 題目數
東 亞	10	21	2.1
朝 鮮	8	16	2.0
朝 日	11	19	1.7
讀 賣	8	13	1.6
NYT	8	14	1.7
W P	8	12	1.5

△ 사회면의 경우는 한·일·미 사이에 별로 차가 없으나 역시 여기에서도 한>일>미의 패턴은 나타나 있다. (표 2-2)

(표 2-2)사회면 기사 당 제목 수 비교

	記事數	題目數	記事當 平均 題目數
東 亞	15	25	1.6
朝 鮮	7	21	3
朝 日	11	22	2
讀 賣	10	19	1.9
N Y T	5	10	2
W P	7	11	1.5

△ 경제면의 경우, 조선이 빠져있어 단정할 수는 없으나 역시 한>일>미 패턴은 깨지 못한 것 같다. (표 2-3)

(표 2 - 3)경제면 기사 당 제목 수 비교

	記事數	題目數	記事當 平均 題目數
東 亞	12	38	3.1
朝 鮮			
朝 日	15	31	2.0
讀 賣	6	18	3.0
N Y T	7	13	1.8
W P	8	8	1.0

※朝鮮 經濟面 없음

△ 국제면의 경우도 역시 한>일>미 패턴이 뚜렷하다. (표 2-4)

(표 2 - 4)국제면 기사 당 제목 수 비교

	記事數	題目數	記事當 平均 題目數
東 亞	11	26	2.3
朝 鮮	8	22	2.7
朝 日	18	33	1.8
讀 賣	11	24	2.1
N Y T	3	3	1.0
W P	3	3	1.0

△ 스포츠면의 경우는 한 · 일간의 위치가 전도되었다. 일본의 기사 당 제목수가 한국보다 많다. (표 2-5)

(표 2 - 5)스포츠면 기사 당 제목 수 비교

	記事數	題目數	記事當 平均 題目數
東 亞	9	20	2.2
朝 鮮	9	22	2.4
朝 日	7	18	2.5
讀 賣	7	19	2.7
NYT	4	7	1.7
W P	7	8	1.1

△ 해설면의 경우는 다시 한>일>미의 패턴을 보여주고 있다. (표 2-6)

(표 2 - 6)해설면 기사 당 제목 수 비교

	記事數	題目數	記事當 平均 題目數
東 亞	4	24	6.0
朝 鮮	4	11	2.7
朝 日	3	8	2.6
讀 賣	2	10	5.0
NYT	3	3	1.0
W P	7	7	1.0

한국신문의 제목스페이스가 많은 또 하나의 이유는 다른 나라의 제목보다 크기 때문일 것이다. 제목이 크다는 것은 그 넓이와 길이가 크다는 뜻이다. 비교의 기준이 공통성이 약한 것이기는 하나 넓이는 「컷 제목 수」, 그리고 길이는 단수(각국상이)로 표시했다. 이렇게 해서 집계한 것이 (표 3-1)에서 (표 3-6)까지 이다.

(표 3-1)은 제 1 면에 나타나 있는 제목들은 단수별로 집계한 것이며, 컷 제목은 단수와는 상관없이 개수로 집계한 것이다. 여기에서는 주로 긴 제목이 문제되고 있는 만큼 동양계 신문에서는 5 단 이상 제목숫자와 서양계에서는 3 단 제목이상을 비교해 보기로 한다. 한국의 5 단(15cm)은 미국의 3 단(16.5cm)과 비슷하다.

(표 3-1)제 1 면 제목의 크기

	題目數	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	컷題目數
東 亞	21	5	3	5	3	2	2	1	4
朝 鮮	16	4		2	1	2		7	4
朝 日	19	4	2	3	2	4	1	2	2
讀 賣	13	3	1	1	3	4	1		3
NYT	14	4	3	1					
W P	12	3	3	1	1				

△ (표 3-1)에 의하면 5 단 이상의 제목수가 동아 5, 조선 9, 아사히 7, 요미우리 5, MTY 1, WP 2 로 되어있다.

따라서 한 · 일간에는 별차 없고, 동양계가 서양계 사이에는 상당한 차가 보인다.
(일반적으로 영자지가 긴 제목을 다는 것으로 알지만 사실상 점잖은 신문에서는 그리 많지 않다.)

△ 컷 제목은 한 일간에 큰 차는 없지만 역시 한국이 많다. 영자지는 고정 컷 이외에 일반 헤드라인으로는 컷을 쓰지 않는다.

△ 사회면의 경우 (표 3-2), 5 단 이상의 제목은 동아 5, 조선 9, 아사히 5, 요미우리 7, NYT 1, WP 3 이다. 따라서 한 · 일간에는 별차 없으나 동양계와 서양계 사이는 상당한 차가 있다.

△ 컷 제목 수에 있어서도 별차 없으나 한국이 일본보다 약간 많은 편이다.

(표 3 - 2) 사회면 제목의 크기

	題目數	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	컷題目數
東 亞	25	10	1	3	6	2	2	1	3
朝 鮮	21	1	4	5	2	3	4	2	3
朝 日	22	10		2	5	3	2		2
讀 賣	19	6	2	2	2	5	2		3
N Y T	10	1	3	1					
W P	11	3	1	2		1			

△ 경제면의 경우(표 3-3), 동아 5, 아사히 2, 요미우리 2, NYT 3, WP 3 . 조선의 숫자가 없어서 한정할 수 없으나 경제면 역시 한 · 일간에 차가 있는 것 같다. 그러나 일 · 미 사이에서는 오히려 미국쪽이 많다는 점이 특이하다.

△ 컷 제목 수에 있어서는 오히려 일본이 한국보다 많은 것 같다.

(표 3 - 3)경제면 제목의 크기

	題目數	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	컷題目數
東 亞	38	20	3	4	6				1
朝 鮮									
朝 日	31	9	2	4	4	2			1
讀 賣	18	8	2	4	2	2			4
N Y T	13	3	1	3					
W P	8	3	2	3					

△ 국제면의 경우(표 3-4), 동아 6, 조선 7, 아사히 1, 요미우리 5, NYT 2, WP 3 따라서 한>일>미의 패턴이 뚜렷하다.

△ 컷 제목의 수에 있어서는 한 · 일간에 별차 없다.

(표 3 - 4) 국제면 제목의 크기

	題目數	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	컷題目數
東 亞	26	8	3	5	4	6			3
朝 鮮	22	7	4	4		6	1		3
朝 日	33	11	2	7	2		1		2
讀 賣	24	8	1	4	5	5			4
N Y T	3		1	2					
W P	3			3					

△ 스포츠면의 경우(표 3-5), 동아 6, 조선 9, 아사히 1, 요미우리 2, NYT 2, WP 2, 한국이 일 · 미에 비해서 뚜렷이 많다.

△ 컷 제목의 사용에 있어서도 한국이 일본보다 많다.

(표 3 - 5)스포츠면 제목의 크기

	題目數	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	컷題目數
東 亞	20	4	1	4	5		6		4
朝 鮮	22	7	2	2	2	3	2	4	4
朝 日	18	10	2	3	2	1			2
讀 賣	19	7	3	5	2		2		3
N Y T	7		2	1	1				
W P	8	1	4	2					

△ 해설의 경우(표 3-6), 동아 9, 조선 6, 아사히 1, 요미우리 0, NYT 0 WP 3. 따라서 해설면에서도 한국과 일 · 미 사이에는 현격한 차가 보인다.

△ 컷 제목의 사용에 있어서도 한국이 역시 일본보다 많은 편이다.

(표 3 - 6) 해설면 제목의 크기

	題目數	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	컷題目數
東亞	24	5	4	3	3	5	4		6
朝鮮	11		3	1	1	1	1	4	3
朝日	8		1	5	1	1			1
讀賣	10	1	7	1	2				5
NYT	3	1	2						
WP	7	4		3					

(종합적인 결과)

△ 한·일·미 3개국 신문중에서 한국 신문들이 긴 제목을 많이 사용하고 있다.

△ 제 1 면과 사회면에서는 한·일간에 별차가 없을 정도로 일본도 긴 제목을 애용하고 있다.

△ 스포츠면과 해설면에서는 일본 신문들은 오히려 미국신문과 비슷하게 긴 제목을 삼가고있다.

△ 컷 제목(넓은 제목)의 사용에 있어서는 단지 국제면을 제외하고는 모든 면에서 한국이 일본보다 많이 사용하고 있다.

△ 컷 제목의 사용에 있어서, 동아와 조선은 해설면을 빼고는 제 1 면에 4 개, 사회면에 3 개, 국제면에 3 개, 스포츠면에 4 개씩으로 약속이나 한 듯이 같은 수효를 쓰고 있다. 컷 제목의 사용이 우리나라에서는 벌써 유형화되었다는 증거인지도 모른다.

△ 이러한 여러 가지 결과는 한국신문의 제목의 길이와 넓이가 일본과 미국에 비해서 더 크다는 것을 말해주고 있다.

4. 톱기사의 제목 수 · 크기 · 스페이스 비교

그런데 한국신문에 있어서 제목의 수가 너무 많고 제목의 크기가 너무 커서 결과적으로 제목스페이스가 기사 스페이스에 맞먹거나 오버 되는 현상은 다른 보통 기사에서 보다는 주로 큰 기사, 예컨대 톱기사나 제 2 기사(흔히 중간톱)를 너무 강조 과장하는데 있는 것 같다.

과연 그런가를 알아보기 위해서 각면의 톱기사에 붙여있는 제목 수, 주제목의 길이, 컷 제목의 수, 제목과 기사스페이스의 비율을 집계한 수표가(표 4-1)에서 (표 4-6)까지 이다.

(표 4-1)제일면 톱기사의 제목 수 · 크기 · 스페이스 비교

	題目數	主題目段數	題目space	記事space	題目：記事比率	컷題目數
東亞	9	7	420.2	375.0	1.12	3
朝鮮	3	6	448.0	437.0	1.02	1
朝日	4	6	193.3	118.8	1.69	1
讀賣	3	6	173.3	102.9	1.68	1
N Y T	3	1	44.0	90.8	0.498	
W P	3	2	88.0	298.0	0.29	

(제 1 면) (표 4-1)

△ 제 1 면 톱기사에 사용한 제목 수에 있어서 한국이 가장 많고 다음이 일본, 그리고 미국의 순이다. 한>일>미 패턴이다.

△ 톱기사의 주제목의 길이는 한·일 간에 별차 없으나 한국이 약간 긴 편이어서 여기에서도 한>일>미 패턴이다.

△ 컷 제목 수에 있어서도 한국이 일본보다 많다.

△ 그러나 제 1 면 톱기사의 제목 대 기사 스페이스의 비율에 있어서는 일본이 한국보다 많은 편이다. 그리고 동양계와 서양계간에 현격한 차가 있어서 대조적이다.

(표 4-2)사회면 톱기사의 제목 수 · 크기 · 스페이스 비교

	題目數	主題目段數	題目space	記事space	題目：記事比率	컷題目數
東亞	4	7	208.5	145.2	1.43	2
朝鮮	6	6	506.5	493.5	1.02	2
朝日	3	6	161.0	163.6	0.98	1
讀賣	4	6	163.8	121.9	1.34	1
N Y T	2	1	30.3	167.8	0.18	
W P	1	5	650	178.8	0.36	

(사회면) (표 4-2)

△ 사회면 톱의 경우도 한국의 제목수가 일본보다 훨씬 많다. 한>일>미 패턴이다.

△ 그러나 주제목의 길이는 한·일 양국이 거의 비슷하고 미국도 만만치 않다.

△ 컷 제목의 사용은 확실히 한국이 일본보다 많다.

△ 동양계 신문들의 사회면 톱에서는 크게 상회하고 있다. 그러나 미국은 여전히 비율이 낮다.

(표 4-3)경제면 톱기사의 제목 수 · 크기 · 스페이스 비교

	題目數	主題目段數	題目space	記事space	題目：記事比率	컷題目數
東亞	5	5	415.9	565.5	0.73	1
朝鮮						
朝日	4	5	120.8	119.0	1.01	1
讀賣	5	5	141.8	276.6	0.52	3
NYT	3	3	82.5	88.0	0.93	
WP	1	2	33	93.5	0.35	

(경제면) (표 4-3)

△ 제목 수에 있어서 한·일간에는 차가 없는 것 같고 동양계와 서양계 사이에는 차가 있다.

△ 컷 제목 수에 있어서는 오히려 일본이 한국보다 많다.

△ 주제목의 길이는 한·일간에 차가 없으며 동·서양 간에 차가 있다.

△ 제목스페이스의 비율에 있어서는 유독 「아사히」가 많은 편이나 한·일간에 별차 없는 것 같고, 미국의 NYT 도 상당히 높게 나타나 있다.

(표 4-4)국제면 톱기사의 제목 수·크기·스페이스 비교

	題目數	主題目段數	題目space	記事space	題目：記事比率	컷題目數
東亞	5	5	403.5	537.6	0.75	1
朝鮮	5	5	331.5	657.0	0.50	2
朝日	5	6	183.8	157.6	1.16	1
讀賣	3	5	128.1	159.3	0.80	1
NYT	1	3	24.8	231.0	0.10	
WP	1	3	49.5	247.5	0.20	

(국제면) (표 4-4)

△ 제목 수와 주제목의 길이에 있어서는 한·일간에 별차가 없다. 동·서양간에는 제목 수에 상당한 차가 있으나 길이에 있어서는 차가 없다.

△ 컷 제목에 사용에 있어서는 한·일간에 별차는 없으나 역시 한국이 많은 편이다.

△ 제목스페이스의 비율에 있어서는 일본이 오히려 한국보다 높은 편이고, 동서양간에 현격한 차가 있다.

(표 4-5)스포츠면 톱기사의 제목 수·크기·스페이스 비교

	題目數	主題目段數	題目space	記事space	題目：記事比率	컷題目數
東亞	4	6	402.4	537.1	0.74	
朝鮮	5	8	492.5	570.4	0.85	
朝日	4	8	100.0	53.3	1.87	
讀賣	4	6	190.3	86.3	2.20	
NYT	1	2	666.0	130.2	0.50	
WP	1	2	52.0	91	0.57	

(스포츠면) (표 4-5)

△ 제목 수에 있어서 한·일간에 비슷하나, 역시 한국이 약간 많고, 동·서양간에는 현격한 차가 있다 한>일>미 패턴이다.

△ 주제목의 길이에 있어서도 역시 비슷한 한>일>미 패턴을 그대로 지키고 있다.

△ 컷 제목의 사용은 한·일간에 차가 없다.

△ 제목 스페이스의 비율에 있어서는 한·일 간의 위치가 전도, 일본이 단연 많다.

(표 4-6)해설·의견면 Top 기사의 제목 수·크기·space 비교

	題目數	主題目段數	題目space	記事space	題目：記事比率	컷題目數
東亞	5	6	119.6	674.5	0.62	2
朝鮮	6	8	329.5	760.8	0.43	2
朝日	6	7	59.5	357.3	0.16	1
讀賣	7	4	154.0	328.8	0.46	3
NYT	1	1	30.3	486.8	0.06	
WP	1	3	41.3	313.5	0.13	

(해설면) (표 4-6)

△ 제목 수에 있어서 한·일간에는 별차 없으나, 동·서간에 차가 있다. 한>일>미 패턴이다.

△ 주제목의 길이에 있어서는 한국이 단연 길고, 일본과 미국 사이에는 별차가 없다.

△ 컷 제목의 사용은 한·일간에 별차 없다. △ 제목스페이스의 비율은 역시 한국이 많은 편이고 여전히 한>일>미의 패턴이다

<종합적인 결과>

△ 어느 면을 막론하고 톱기사에 붙이는 제목 수에 있어서 한국이 가장 많다. 그러나 한·일간에는 근소한 차가 있을 뿐인데 동·서양간에는 상당한 차가 있다. 어쨌든 한>일>미의 패턴이 뚜렷하다.

△ 주제목의 길이에 있어서도 모든 면에서 한>일>미 패턴이 뚜렷하다.

△ 한국과 일본의 신문들은 모든 면의 톱기사에 컷 제목을 반드시 사용하고 있다. 그것도 복수로 사용하는 경우가 훨씬 많다. 제 1 면, 사회면, 국제면에서는 한국이 일본보다 많이 사용했고, 경제면에서는 일본이 더 많은 편이며, 스포츠면과 해설면에서는 한·일간에 별차가 없다. 대체로 한국이 일본보다 컷 제목을 많이 사용하고 있는 셈이다.

△ 제목스페이스의 비율에 있어서는 제 1 면, 국제면, 스포츠면에서는 일본이 한국보다도 높은 편이나 사회면, 경제면, 해설면에서는 역시 한국이 높은 편이다.

IV. 개선을 위한 몇 가지 처방

앞서의 비교분석을 통해서 한국 신문들은 다른 나라의 신문에 비해서 첫째로 제목의 수효가 너무 많고, 둘째로 제목이 너무 긴 편이며 셋째로 컷 제목을 즐겨 사용함으로써 제목의 폭이 너무 넓은 편이어서 결과적으로 제목부분의 스페이스가 너무 많이 차지하게 된다는 것을 알게 되었다.

동시에 그와 같은 제목 과중현상은 부분적으로 일본신문에서도 찾아볼 수 있다는 것을 알았다. 그러나 그러한 결과가 동양계 신문 특유의 편집포맷으로 넘겨버리기에는 전반적으로 한·일간의 차가 상당하다는 점을 유의할 필요가 있다.

우리나라 신문들이 근대신문의 발간에 있어 한 발짝 앞섰던 일본의 신문에서 많은 제작기술을 배워온 것은 부인할 수 없는 사실이다. 선진기술을 도입하는 것은 좋다 하더라도 맹목적인 답습은 삼가 했어야 했다. 그런데 답습은 커녕 한술 더 뜯대서야 말이 안 된다.

제목부분이 기사부분보다 더 많은 스페이스를 차지한다는 현상은 어떤 이유에서였던간에 「센세이셔널한 편집」이라는 딱지를 댈 수는 없다. 이와 같은 진단이 나왔다면 처방은 자명하다.

한 기사에 제목을 여러 개 단다면 그만큼 기사내용의 여러 가지 측면을 구체적으로 표현할 수 있다는 이점은 있다.

그러나 제목의 역할이 기사내용의 줄거리를 대표하는데 그치는 것이 아니라 동시에 그 지면전체를 균형과 조화를 통해서 미적으로 구성 시켜야 하는 역할도 있는 것이다. 그 지면에 나타난 모든 기사에는 그렇지 못하면서 유독 한 두개의 기사에만 특별대우를 한다는 것은 지면의 균형과 조화를 깨뜨릴 뿐 아니라 여타 기사의 비중을 상대적으로 평가절하하는 결과를 가져오는 우를 범하는 짓이다.

제목이 기사내용을 대변하는 역할도 어차피 내용전체를 충분히 나타내지 못하는 것이어서, 그야말로 내용이 큰 줄거리와 성격을 상징적으로 전달하는데 그칠 수 밖에 없는 것이다. 제목은 바로 기사일 수는 없는 것이고 기사의 샘플이어야 한다. 샘플이란 실물의 성격이나 특성을 제대로 지니는 한 크게 만들어서 좋은 것이 아니고 오히려 작게 만드는데 의의가 있는 것이다.

작게 만들면서 실물의 특성을 잘 대표할 수 있게 하는데도 그 샘플을 만드는 사람에게 그만큼 정성과 노력과 기교를 요구하게 되는 것이다.

톱기사 하나에 8~9개의 제목을 다는 것을 우리 신문의 편집자들은 독자들에게 대한 친절한 봉사라고 우길는지 모르지만 기사를 정독하고 나서 그 내용의 에센스를 찾아내어, 그것을 다시 2~3개의 제목 속에 압축 요약할 수 없는 것인지 알고 싶다. 다 제목의 만성화는 편집자의 머리를 무디게 하고, 내용의 초점을 흐리게 함으로써 독자를 번거롭게 한다.

혹자는 다 제목 경향을 오늘날의 헤드라인 독자의 증가추세에서 정당화하려고 한다. 그러나 그러한 구실은 말도 안 된다. 헤드라인 독자가 훨씬 많다고 보아지는 서구신문에서도 한때의 다 제목주의에서 오늘날에는 과소화 경향을 추구하고 있기 때문이다. 제 1차 세계대전이 시작할 무렵 미국 신문들의 다 제목주의는 확실히 도를 지나친 것이었다. 보충 7~8개의 덱(deck)-하나의 내용을 표현한 제목의 단위-를 달았던 것인데 특히 그 중 보스턴·트랜스크립트(Boston Transcript)지의 경우는 한 기사에 24개의 덱을 달아, 그 길이가 16인치에 이르렀고, 사실상 그 기사내용의 거의 모든 것을 제목이 말해버리는 정도였다.

그러나 제 1차 세계대전이 끝나면서 미국 신문들은 이성을 되찾아 되도록 덱을 줄이고 심플한 제목을 달기 시작했다. 오늘날에는 다단제목(multiple-column) 또는 통단제목(banner)의 경우이나 겨우 도입제목(read-out do)를 달 뿐 대부분의 신문, 심지어 시사잡지에서까지도 덱의 사용 없이 주제목 하나로 단순화시키고 있는 것이다.

하루에 92면(NYT)과 1백 14면(WP)이라는 많은 지면을 보유하는 미국 신문들이 제목 스페이스를 겨우 20~30%밖에 할애하지 않고 있는데 기껏 12면의 협소한 지면을 가진 우리 신문들이 제목에 80~100%를 제공한다는 것은 낭비라고 할 수 밖에 없다.

더구나 통에 오를만한 기사라면 라디오나 텔레비전을 통해서 대부분의 독자들이 그 내용의 줄거리를 이미 알고 있다는 사실을 감안한다면 제목의 역할은 기사의 소재를 밝히는데 그치고 그 기사 자체를 읽도록 유도하는데 중점을 두어야 할 것이다. 제목은 기사를 읽히기 위한 수단이지 목적은 아닌 것이다.

따라서 우리 신문의 제목 수, 특히 톱기사의 제목 수는 대폭 줄여야 할 것이며 또한 많아야 3개정도로 줄일 수 있을 것이다. 주제목 하나에 부제목 2개를 단다면 아무리 크고 복잡한 사건도 충분히 대변 시킬 수 있을 것이다.

둘째로 제목에 너무 큰 활자의 사용은 삼가 해야 된다.

신문의 제목활자의 크기는 그 기사의 뉴스밸류를 상징하는 기능이 있기 때문에 쇼킹한 뉴스라면 활자의 크기도 그만큼 커질 수 밖에 없다. 그러나 그것도 지면의 크기에 맞추어 한도가 있어야 할 것이다. 우리 지면의 크기로 볼 때 신문제목으로서 최대사이즈의 활자는 특허정도가 아닌가 한다. 현재 제목용으로 마련된 최대사이즈의 금속활자가 특허라는 사실이 그것을 말해주고 있다. 그것은 백년 가까운 신문인쇄의 역사 속에서 얻어진 결론이라고 할 수 있기 때문이다.

전쟁이나 사회적 대개혁기에는 신문제목의 활자가 커지기 마련이다. 우리나라의 경우 4·19와 5·16이라는 정치적 변혁시기를 거치면서 제목활자는 연달아 커지기만 했다. 잇따른 쇼킹한 뉴스를 이미 마련되어 있는 금속활자만으로 처리하기에는 간에 기별이 가지않는 형편이었다. 활자를 뜻하는 바대로 확대시킬 수 있는 컷 제목이 애용된 연유이다. 물론 컷

제목은 그 이전에도 사용되었던 것이지만 지면에 버라이어티를 주기위한 것이었지 제목활자의 확대를 위한 것은 아니었다.

컷 제목에 어느덧 면적이 된 독자들에게 색다른 충격을 주기 위해서는 컷 제목의 활자는 더 크게 확대해야 되고 그것을 둘러싼 지문은 덩달아서 커질 수 밖에 없다. 그것도 시무룩해지자 이제는 그 지문을 새까만 것으로 골라서 강조함으로써 겨우 독자의 시선을 끌어들이고 있는 것 같다. 더구나 별 달리 이색적인 사건도 없는 평범한 날의 지면에도 한 면에 5~6 개의 새까만 컷 제목이 임립한데서야 외국의 타브로이드판 스포츠지나 연예지와 다를 바가 뭐 있겠는가.

동양계 신문에서는 서양계 신문에서처럼 다채로운 활자체가 없기 때문에 활자의 버라이어티와 지면전체의 미적 효과를 올리기 위해서라도 컷 제목의 사용은 완전히 배제할 수 없고 오히려 권장할 만하다. 그러나 다만 과용 · 과대를 삼가 해야 한다는 말이다.

컷 제목의 과용은 지면을 선정화 할 뿐 아니라 지면을 낭비하는데 문제가 있다.

컷 제목에는 대체로 배면에 까만 지문을 사용하게 되는데 이 지문이 상당한 스페이스를 차지할 뿐 아니라 까만 지문 외곽에는 어느 정도의 여백을 두도록 강요하는 것이다. 까만 바탕에 바싹 붙여서 빠른 활자를 접근시킬 수 없기 때문이다. 그리고 컷의 지문이 클 경우에는 바로 아주 작은 본문활자로 눈을 끌어들이기가 부자연스럽기 때문에 꼭 필요해서가 아니라 교량적 역할을 맡게 하기위해서 중간활자의 부제를 달지 않을 수 없게 되는 경우도 있다.

우리나라 신문의 제 1 면에서 흔히 통기사에 두개의 컷 제목이 달리는 경우가 있는데 이는 절대로 삼가 해야 한다. 수평형의 컷 제목은 괜찮지만 수평형의 컷 제목은 바로 그 신문의 「제호」와 병립하게 되어 제목자체의 효과가 줄어질 뿐 아니라 지면전체의 균형을 완전히 깨뜨리게 되기 때문이다.

셋째로 너무 긴 제목을 삼가 해야 된다.

제목의 크기를 비교한 결과에 나타난 바와 같이 우리나라 신문은 다른 나라의 지면에 비해서 한 페이지에 긴 제목이 너무 많이 들어있는 것이다. 그런데 이렇게 긴 제목들은 분산되어있는 것이 아니라 주로 톱기사와 제 2 기사에 집중되어 있다. 말하자면 큰 기사의 주제목을 길게 뽑고 나서는 대체로 몇 개의 부제목을 그대로 병렬시키는 경향이 있다. 물론 부제목을 위쪽 또는 아래쪽에 여백을 두고있어 주제목과 구별은 되지만 흔히 부제목을 활자의 크기가 주제목과 거의 비슷하고 그것도 몇 개가 병치되기 때문에 불필요한 스페이스를 차지하면서 큰 활자의 공동묘지 같은 인상을 주게 된다.

주제목이 독자의 주목을 끌 만큼 충분한 펀치가 들어가 있다면 부제목은 주제목을 보완 설명하는 역할에 그쳐야지 부제목마저 유인경합에 나설 필요는 없는 것이다. 따라서 부제목의 넓이나 길이는 주제목과의 프로포션에 있어서 미적 감각을 감쇄하지 않는 범위 내에서 적절히 줄여야 하며 부제목의 수효는 적을수록 좋다.

우리나라의 신문제목에서 부제의 수효가 많은 것은 편집자들이 되도록이면 많은 내용을 전시하려는 의욕 때문인데 그러한 목적에서라면 큰 활자로 몇 개의 부제를 만들어 제목부분만 무겁게 할 것이 아니라 기사의 요소에다 본문보다 약간 큰 활자로 서브

헤드(sub-head)를 달아주는 편이 독자에게도 친절한 서비스가 되고 지면의 균제미를 살리는데도 훨씬 효과적이라 할 수 있다.

신문에 긴(다단) 제목을 다는 첫째 이유는 그 기사의 중요성을 상징하면서 독자의 눈을 끌어들이는데 있는 것이지 글자를 많이 넣어 많은 내용을 담기 위한 것은 아니다. 긴 제목은 또한 활자의 사이즈가 크기 때문에 제목의 길이가 길다고 해서 반드시 활자의 수가 많이 들어가는 것은 아니다. 요컨대 우리나라 신문에서 다단제목에 애용하는 것은 경쟁심리에서 나오는 일종의 타성이지 어쩔 수 없는 편집상의 필요라고 볼 수는 없다는 말이다.

더구나 우리는 함축성이 높은 한자어를 혼용하고 있기 때문에 서구어 보다는 더 짧은 문장으로도 더 많은 뜻을 나타낼 수 있다. 따라서 한국의 신문편집자들이 일단 앞서 밝힌 제목편집상의 문제점을 인정만 한다면 더 짧고 더 적은 수의 제목으로, 그리고 컷 제목의 남용 없이도 현재와 똑같은 효과를 낼 수 있는 건전한 지면을 만들 수 있을 것으로 본다.

- 서울대학교 문리대 영문학과 서울대학교 신문대학원 석사과정미국 콜럼비아대 신문연구소
이수
- 저술 : 「신문 편집론」, 「매스컴 이론 연구 체계」 외 다수
- 현재 한국 언론 연구원연구이사