

# 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구 동향 분석

- 해외 주요 학술지 논문을 중심으로 -\*

상 윤 모\*\*

성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 조교수

박 소 영\*\*\*

중앙대학교 인문콘텐츠연구소 HK연구교수

## 국문초록

본 연구는 2013년 이후 2022년까지 지난 10년간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 학술지에 실린 윤리 관련 연구 경향과 특성을 탐색하는 데 목적을 두고 있다. Web of Science와 Scopus에 등재된 저널 중 검색기준에 따라 상위 20개 저널을 선정하여 추출된 782편의 연구논문들을 대상으로 내용분석을 진행하였다. 연구 결과 2013년에는 33건에 머무른 윤리 관련 연구가 2022년에는 143건 발표된 것으로 나타났다. 연구의 양적 성장은 연구 주제의 확장과도 연결되었다. 본 연구는 저널리즘 윤리, 커뮤니케이션 윤리, 광고·PR 윤리, 인터넷 윤리, 미래 기술 관련 윤리, 대중문화와 전통 미디어 관련 윤리, 윤리 교육 등 저널리즘과 미디어 커뮤니케이션학의 세부 영역에서 제기되는 윤리적 이슈를 다룬 연구들 외에도 윤리적 혼돈(moral panic), 사회운동, 윤리 이론과 철학, 연구 윤리 등 윤리학적 논의나 사회 현상이 새로운 연구 흐름을 형성하는 등 점차 다양한 주제들을 대상으로 윤리 관련 연구가 활발히 이뤄지

\* 이 연구는 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원(NRF-2017S1A6A3A01078538)을 받아 수행되었음을 밝힙니다. 본 논문의 심사과정에서 유익한 논평을 해주신 익명의 심사위원들에게 감사드립니다.

\*\* 제1저자: ymsang@sungshin.ac.kr

\*\*\* 교신저자: soyoungpark@cau.ac.kr

고 있음을 확인하여 이와 같은 윤리 연구 경향을 총 15개 영역으로 정리하였다. 이를 중심으로, 신기술이 윤리 연구에 가져온 기회와 도전 뿐 아니라 연구에서 축적된 윤리적 자산을 미디어 교육 현장에 적용해야 할 필요성을 논하였다. 윤리 관련 연구들에서 사용된 연구 방법론을 살펴보면, 본 연구에서 분석된 윤리 관련 연구의 72%가량이 질적 연구 방법을 활용한 것으로 나타났다. 특히, 질적 연구 방법의 흐름은 시간이 지남에 따라 증가하는 양상을 보이고 있음이 관찰되며 질적 접근법이 윤리 연구에서 주류를 차지하고 있음이 확인되었다. 반면 양적 연구 방법은 20%, 양적·질적 접근 방식이 모두 활용된 혼합 접근 방법은 8%를 차지하였다. 연구 결과를 바탕으로 연구의 시사점 및 한계점 그리고 향후 연구에 대한 제언을 제시하였다.

주제어: 언론 윤리, 미디어 윤리, 내용분석, 연구 동향

## 목 차

- I. 서론
- II. 문헌 연구
  - 1. 언론 윤리·미디어 윤리 관련 기존 연구
  - 2. 윤리에 관한 연구의 동향
- III. 연구 방법
- IV. 연구 결과
  - 1. 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 지속적인 성장
  - 2. 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 주요 화두
  - 3. 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 주된 연구 방법
- V. 결론 및 논의

## I. 서론

윤리에 대해서는 다양한 정의가 존재한다(Schrier, 2019). 윤리란 “개인 및 사회적 도덕 경험을 이해하고, 인간의 행동을 지배해야만 하는 규칙들, 추구할만한 가치들, 그리고 삶에서 발전시킬 가치가 있는 성격 특성들을 결정하기 위한 체계적인 시도”라고 정의되기도 한다(De George, 2010, p. 13; Bowen, 2016 재인용). 국립국어원의 표준국어대사전에 따르면 윤리란 “사람으로서 마땅히 행하거나 지켜야 할 도리”를 의미한다. 이 정의에 따르면 윤리란 어느 개인에게나 적용되고 명백하게 도리에 어긋나는 행동을 규율하는 것으로 객관적인 도덕률과 연결되는 것처럼 보인다. 한편, 다른 입장에서는 윤리가 사회적 조건의 산물임을 강조하기도 한다(LaFollette, 1991). 이희은(2018)은 미디어 윤리를 이미 확정된 행동의 원칙들을 전달하고 가르치는 도덕률이 아닌 “아직 합의가 완성되지 않은 논쟁적인 영역”일 수 있으며 “타자와의 관계에서의 선택 문제”를 의미하는 것으로 보았다(123쪽). 한편 존스(Jones, 2021)는 미디어

윤리에 대한 논의는 의사결정을 내리는 개별 기자들과 같은 실무자들을 넘어 확장되어야 하며 언론의 사회적, 제도적 맥락을 포함하는 것이어야 한다고 주장한다.

그동안 미디어 윤리는 저널리즘, 광고 및 홍보 분야를 중심으로 논의가 이루어져 왔다. 최근에는 전통적인 미디어 영역에서의 윤리뿐 아니라 인공지능을 포함한 신기술 분야에서 윤리의 중요성이 강조되고 있다. 자연어처리와 트랜스포머 딥러닝 기술을 이용한 챗GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)의 등장으로 교육을 비롯한 사회 각 분야에서 인공지능 기술이 불러올 변화들에 주목하면서 윤리적 사고의 중요성이 강조되고 있다. 로봇 윤리와 챗GPT를 비롯한 인공지능 윤리에 대한 논의의 증가는 이러한 변화를 반영하고 있다(박아란, 2022; 하유선·이연희·심지원, 2021; Lin, Abney, & Jenkins, 2017).

법과 윤리의 경계를 명확하게 구분하는 것이 힘들고 시간과 장소가 변함에 따라 법과 윤리의 경계 또한 변할 수 있다는 점에서 언론 법제와 언론 윤리는 종종 함께 언급되곤 한다. 국내에서 언론 법제 연구의 동향을 분석하는 연구는 언론학자를 중심으로 이루어져 왔다(이승선, 2005, 2014; 이승선·이재진, 2011; 이재진·이승선, 2008; 이재진·박성순, 2015). 이승선(2005)의 연구는 언론법 영역을 ‘기본법 영역’, ‘응용 영역’, ‘정책 기타 영역’으로 분류하고 한국 언론법 연구 경향과 특성을 분석하였다. 한편, 영문으로 작성된 한국 언론 법제 관련 저술 및 논문들을 주제별로 분류하여 소개하고 한국 언론법 연구의 전반적인 경향을 보여준 연구도 수행되었다(Youm, Sang, & Park, 2018).

이에 반해 언론 윤리 혹은 미디어 윤리의 국내 및 해외 연구 경향을 분석한 국내 연구는 찾아보기 힘들다. 언론 법제를 필수과목으로 두고 언론 윤리도 비교적 비중 있게 교육하고 있는 미국대학들과 달리 국내 대학들의 미디어·커뮤니케이션 관련 학과에서는 언론 법제가 필수과목이 아닌 경우가 많다. 또한 국내의 경우 언론 법제 전공 전임교수를 보유한 대학들도 소수에 불과하다. 언론 윤리 혹은 미디어 윤리의 경우 독

립적인 교과목으로 다루어지기보다는 언론 법제나 미디어 법제 수업에서 일부 다루어지는 경우가 많은 점을 고려할 때, 국내에서 언론 윤리 또는 미디어 윤리 교육은 그 중요성에도 불구하고 지금까지 대학에서 충실히 다루어져 왔다고 보기 힘들다.

반면 미디어·커뮤니케이션의 다른 분야들에서는 해당 분야의 연구 동향을 분석하는 국내 연구를 비교적 쉽게 찾아볼 수 있다. 미디어 중독 연구의 경향 분석(김수아·김세은, 2012), 사이버불링 연구 경향 분석(한희정·정혜진, 2014), 국내 광고홍보학 관련 연구의 경향 분석(김수연·김대욱·최명일, 2013), 허위정보 연구 경향 분석(김희섭·강보라, 2019), 디지털 리터러시 연구의 동향 분석(김영환·김우경·박지숙, 2021), 미디어 폭력에 대한 국내 연구 경향 분석(이상기·이정민, 2015) 등 많은 연구가 수행되었다. 재미 한인 언론학자들의 모임인 Korean American Communication Association(KACA)는 지난 2018년 40주년을 기념하면서 한국 커뮤니케이션학의 다양한 연구 분야들에서 그동안 출간된 영문 저술 및 논문 등을 소개하면서 관련 분야들의 연구가 어떻게 발전해왔는지를 조명하는 책을 출간하기도 하였다(Jin & Kwak, 2018).

하지만 국내 연구 중 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야에서 ‘윤리’라는 주제가 어떻게 연구되어왔는지를 살펴본 연구는 찾아보기 힘들다. 이에 본 연구는 이러한 연구의 공백을 채움과 동시에 오늘날 그 중요성을 더해가는 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야에서의 윤리 연구의 흐름을 살펴봄으로써 후속 연구를 위한 제언을 하고자 한다.

상기 목적을 위해 본 연구에서는 해외 주요 학술지에 실린 논문들을 중심으로 살펴보았다. 미디어 윤리와 관련하여 대표적인 학술지로 평가되는 <*Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*><sup>1)</sup>의 경우 1985년부터 현재까지 수백 편의 미디어 윤리 관련 논문을 출간하

1) 이 저널의 경우 1985년부터 2014년까지는 <*Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*>라는 명칭을 사용하였고, 2015년부터 현재의 명칭을 사용하고 있음.

였다. 한편, 본 연구의 분석 대상으로 선정한 상위 20개 저널의 경우 지난 10년간 적어도 20편 이상의 윤리 관련 연구를 출간하였다. 국내에서 언론 윤리 혹은 미디어 윤리는 그동안 파편적으로 연구되어 온 경향이 있으며, 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 국내 주요 저널들에서 윤리를 연구의 주제로 다룬 논문의 수도 해외 주요 저널들에 비해 상대적으로 적다. 이에 본 연구는 2013년 이후 2022년까지 지난 10년간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 학술지에 실린 윤리 관련 연구 경향과 특성을 탐색해보고 국내 연구의 방향성을 모색해보고자 한다.

## II. 문헌 연구

### 1. 언론 윤리·미디어 윤리 관련 기존 연구

언론 윤리 연구의 경우 전통적으로 뉴스 보도에서의 사실성 및 공정성과 같은 이슈들이 주로 논의되었다(Kovach & Rosenstiel, 2007). 한편 저널리즘의 기본가치들이 변화된 미디어 환경에서도 여전히 유효한지 만일 변형된 형태의 가치들이 요구된다면 그 내용은 어떠한 것인지에 관해 살펴본 연구들도 꾸준히 진행되었다(Eberwein & Porlezza, 2016). 싱어(Singer, 2010)는 저널리즘 산업을 둘러싼 경제적 압력들과 기술적 변화들이 전통적인 저널리즘 관행과 윤리적 기준들 및 언론사들의 사업 모델 또한 위협하고 있음을 지적한 바 있다. 그녀에 따르면 이러한 도전에 직면하여 저널리즘의 윤리적 기준들을 강화하는 것이 필요하며, 심층 보도와 탐사 저널리즘과 같은 양질의 저널리즘(quality journalism)을 우선시하는 새로운 사업 모델의 개발, 저널리즘 관련 전문 협회들의 역할 및 윤리적 기준들의 강화, 언론사 수입원에 대한 투명한 공개 등이 요구

된다(Singer, 2010).

저널리즘 관련하여 최근 몇 년간 가장 주목을 많이 받은 이슈 중의 하나로 가짜뉴스를 들 수 있다. 가짜뉴스 현상 자체가 새로운 것은 아니지만 최근 국내외의 다양한 정치·사회적 이슈들을 바탕으로 가짜뉴스 현상이 주목받으면서 이와 관련된 수많은 학문적 논의들이 쌓여왔다. 국내외를 막론하고 가짜뉴스에 대해서는 대체로 법·정책적 논의가 많이 이루어져 왔지만, 가짜뉴스 이슈를 언론 윤리 혹은 미디어 윤리 측면에서 다룬 연구도 존재한다(Patching & Hirst, 2021; Stroud, 2019).

스트라우드(Stroud, 2019)는 실용주의적 미디어 윤리 접근 방식이 가짜뉴스와 관련하여 제기되는 복잡한 규범적 문제들을 균형감 있게 이해하고 잠재적인 해결책을 찾는 데 도움이 될 수 있다고 주장한다. 그에 따르면, 가짜뉴스 현상과 같이 복잡한 문제를 해결하는 데 어떤 절대적으로 옳은 해결책이 존재한다기보다는 윤리적 결정은 대립하는 가치들과 결과들 사이에서 균형을 맞추는 것이어야 하며, 이러한 관점에서 가짜뉴스 현상을 다루는 데는 미디어 문해력 교육, 팩트체크 시도들, 정부의 관여와 같은 다양한 해결책들이 미치는 영향을 조사하고 각각의 접근이 가진 장단점을 비교하는 것이 필요하다고 주장한다.

디지털화는 저널리즘 관행뿐만 아니라 미디어의 매개 속에서 살아가는 사람들의 일상 그 자체에도 근본적인 변화를 초래하였고 이 과정에서 다양한 윤리적 문제들을 우리에게 던져주었다(Eberwein & Porlezza, 2016). 인터넷 및 디지털 기술의 발달은 사람들이 시간과 공간의 제약을 극복하고 소통하도록 하는 등 다양한 긍정적인 변화를 가져오기도 했지만, ‘리벤지포르노(revenge porn)’ 및 ‘섹스토션(sextortion)’을 포함한 ‘이미지 기반 성적 학대(image-based sexual abuse)’의 확산과 같은 부정적인 결과들도 야기했다(McGlynn, Rackley, & Houghton, 2017). 윤리적 관점에서 보자면 ‘이미지 기반 성적 학대’와 같은 이슈의 등장은 모럴 패닉(moral panic)을 초래하고 사회적 논쟁과 긴장을 수반한다. 제프리(Jeffery, 2018)는 어린이의 성애화(sexualization)와 섹스팅(sexting)에 대

한 호주 언론의 담론을 분석한 연구에서 오늘날 모바일 기술과 관련된 패닉은 어린이, 그들의 부모들 그리고 다른 권위 있는 존재들 사이의 권력관계 변화들에 대한 집합적 반응으로 보아야 한다고 주장하였다. 이외에도 디지털 불법복제 이슈(Lindgren, 2013)나 혐오 표현과 같은 주제들도 윤리적 도전 또는 모델 패닉 관점에서 접근되어왔다(Baker, 2001).

한편, 남재일(2010)은 국내 언론 윤리 연구의 상당수는 언론인 설문조사, 언론사의 윤리강령 비교분석 등을 통해 언론의 윤리 수준을 평가하고 언론 윤리의 실천적인 측면을 살펴본 연구들임을 지적한 바 있다. 김재영·양선희(2007)의 연구는 조선일보와 뉴욕타임스의 윤리강령 및 보도행태에 대한 비교분석을 통해 한국과 미국 신문사 간의 윤리적 실천 수준의 차이를 보여주었다. 조소영(2022)의 연구는 국내 16개 언론사의 윤리강령 현황을 분석하여 형식적인 측면에서 언론사마다 윤리강령에 대한 명칭, 구체적 규정 제정 여부, 심사를 담당할 기구의 존재 여부가 상이하하며, 내용적인 측면에서는 상세한 차이들은 있더라도 전반적으로 보호하고자 하는 가치들에 있어서는 공통점이 발견됨을 보여주었다. 해당 연구는 윤리강령의 운영 측면에서는 언론인들을 대상으로 한 주기적 교육, 실제 운영과 관련된 세부적 규정 제정 및 개정과 관련된 규정의 제정 등이 필요함을 지적하면서 언론윤리강령 실행지침의 명확성과 실효성 확보를 위한 제언을 하였다. 언론 윤리를 바라보는 인식의 차이를 살펴본 연구도 존재한다. 이재진(2005)의 연구에 따르면 언론인들은 언론 윤리를 취재 및 보도 과정의 구체적 행위들과 연결하여 이해하는 반면 사법부의 경우 언론의 기능이나 역할 등과 같은 추상적인 개념과 연결해 인식하고 있다고 한다. 해당 연구는 서로 다른 직업군에 속한 사람들이 윤리에 대해 다르게 인식할 수 있음을 보여주면서 이러한 인식의 차이가 갖는 함의점에 대해 논의하였다.

## 2. 윤리에 관한 연구의 동향

저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야에서 윤리 연구는 미디어 기술의 발달과 서로 긴밀히 연결되어 발달해왔다(Eberwein & Porlezza, 2016). 전통적인 신문 및 방송 영역에서의 윤리적 이슈들에서부터 인터넷 및 모바일 기술과 소셜 미디어, 알고리즘 및 인공지능의 등장으로 야기된 윤리적 이슈들에 이르기까지 기술의 발달은 그에 뒤따르는 윤리적 논란들을 초래해왔다. 최근에는 알고리즘 및 인공지능 관련 윤리 연구가 많이 발표되고 있으며(Jobin, Ienca & Vayena, 2019; Mittelstadt, Allo, Taddeo, Wachter & Floridi, 2016), 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야를 포함하여 윤리 교육, 법학, 철학, 공학 및 의학 등 다양한 분야에서 인공지능 관련 윤리 연구가 활발히 진행되고 있다. 한편, 연구 윤리 주제 또한 연구 방법이 다양해지면서 관련 연구가 활발히 진행 중이며 논문의 수가 증가하고 있는 영역이다(Fiesler & Proferes, 2018; Markham, 2018).

로버트슨(Robertson, 2008)은 1996년에서 2005년까지 10년 동안 <Strategic Management Journal>에 게재된 658편의 논문을 기업 윤리 관점에서 검토하였다. 로버트슨의 연구 결과에 따르면, 1996년에서 2005년 사이 윤리 연구가 증가했지만, 전반적인 연구의 초점은 제한적이며, 가장 두드러졌던 주제는 환경주의(environmentalism)로 검토한 저널 전체 연구논문의 30%가량을 차지하였다(Robertson, 2008). 광고 영역에서도 윤리라는 주제는 꾸준히 관심을 받아왔으며 여전히 중요한 이슈로 자리 잡고 있다(Zinkhan, 1994).

윤리라는 키워드를 중심으로 살펴본 국내 연구 중에는 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 외 특정 분야에서 윤리와 관련된 연구의 동향을 분석한 연구들도 찾아볼 수 있다. 최근 한 연구는 ‘연구 윤리’에 관한 국내 연구 동향을 분석한 바 있다(Lee, 2021). 해당 연구에 따르면 연구 윤리에 관해 다룬 논문들의 경우 인문·사회 및 교육학 분야 저널

에 실리는 비중이 높았으며, 연구 방법의 경우 문헌 및 이론적 연구를 통해 연구 결과를 도출하는 방법이 가장 높은 비율로 적용되었음을 보여주었다(Lee, 2021). 최지혜(2008)의 연구는 1995년부터 2007년까지 해외 저널인 <Science and Engineering Ethics>에 실린 487편 논문의 초록을 대상으로 과학 윤리에 관한 연구 동향을 분석하였다. 과학 윤리 관련 연구의 경향을 분석한 해당 연구에서 최지혜(2008)는 과학 윤리 관련 지침이나 규범, 정책 및 법률을 설정하기 위한 연구의 필요성과 과학 윤리 교육에 관한 커리큘럼 개발 등에 있어서 국가의 지원을 강조하였다. 이 밖에도 상담윤리에 관한 연구 동향 분석(오송희·이정아·김은하, 2016), 스포츠윤리 연구 동향(함정혜·최진선, 2017), 간호윤리 연구 동향(김신미·이인숙·김세영·노운구·박보현, 2017) 등 특정 분야에서의 윤리 연구 동향을 분석한 연구들이 수행되었다.

시대와 장소가 변함에 따라 중요시되는 이슈는 다를 수 있으며 다양한 이슈들을 윤리와 연결 지어 생각해 볼 때 각 이슈에 관한 사람들의 관심 정도 및 중요도 또한 다를 수 있다. 따라서 다양한 이슈들이 윤리적 관점에서 어떻게 다루어져 왔는지를 살펴보는 것은 한 사회의 현재 모습을 진단하고 앞으로의 발전 방향을 모색하는 데 있어 의미 있는 작업이라고 할 수 있다. 하지만 앞서 언급하였듯이 국내의 경우 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야에서 윤리라는 주제가 어떻게 다루어져 왔는지에 관한 연구는 찾아보기 힘들다.

이러한 문제의식을 바탕으로 본 연구에서 다룰 내용은 크게 세 가지이다. 첫째, 2013년부터 2022년까지 지난 10년간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 연구 분야의 해외 주요 저널들에서 윤리에 관한 연구는 어떤 경향성을 띠고 진행됐는지 살펴보고자 한다. 둘째, 해당 분야 해외 주요 저널들에서 다루어진 윤리 관련 연구의 주제들에는 어떤 것들이 있는지 살펴본다. 셋째, 해당 분야 해외 주요 저널들에서 다루어진 윤리 관련 연구의 경우 어떠한 연구 방법을 적용하였는지 살펴본다. 이를 통해 지난 10년간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 연구 분야에서의 윤

리 연구의 경향과 특징을 파악하고 향후 연구 방향에 대한 제언으로 글을 마무리하고자 한다.

상기 목적을 위해 본 연구에서 설정한 연구 문제는 다음과 같다.

연구 문제 1: 지난 10년(2013 - 2022년)간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 저널들에 실린 논문들을 기준으로 볼 때, 윤리 연구의 경향은 어떻게 변했는가?

연구 문제 2: 지난 10년(2013 - 2022년)간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 저널들에 실린 윤리 관련 논문들은 어떤 주제를 주로 다루었는가?

연구 문제 3: 지난 10년(2013 - 2022년)간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 저널들에 실린 윤리 관련 논문들은 어떤 연구 방법을 주로 이용했는가?

### Ⅲ. 연구 방법

본 논문의 분석 대상이 된 연구논문을 선정한 기준은 다음과 같다. 먼저 세계 최대의 학술 논문 데이터베이스인 Scopus와 Web of Science (WoS)를 활용하여 여기에 등록된 467개의 커뮤니케이션 분야(category) 저널 중 상위 200개 저널을 특정했다. 해당 저널들에서 ‘ethics’ 또는 ‘moral’이라는 키워드가 논문 제목 혹은 초록에 포함된 저널들을 추출하였다. 추출된 저널들을 대상으로 본 논문의 분석 기간인 지난 10년(2013-2022) 동안 검색조건에 부합하는 연구논문을 많이 게재한 순서로 상위 20개의 저널을 선정하여 여기서 추출된 연구논문들을 연구 대상으로 분석하였다(아래 <표 1> 참조).<sup>2)</sup>

<sup>2)</sup> 상위 200개 저널 중 <Journal of Empirical Research on Human Research Ethics>의 경우 WoS 및 Scopus 모두에 등재되었으며, ‘ethics’ 혹은 ‘moral’이라는 키워드

언론 윤리 혹은 미디어 윤리 관련 내용이라고 하더라도 해당 저널에 소개된 북리뷰, 코멘터리, 혹은 저널 특별 호의 소개논문 등은 제외하고 연구논문만을 분석 대상에 포함하였다. 이러한 기준에 따라 수집된 논문의 수는 782편이다. 한편, 본 논문은 지난 10년간의 경향성을 알아보기 위해 분석 시기를 2013년부터 2022년으로 선정하였다. 특히 2010년대는 소셜 미디어를 포함한 디지털 플랫폼 관련 논의가 급증하였으며, 2016년 알파고와 이세돌의 대국을 전후로 국내외에서 인공지능에 대한 논의 또한 활발해졌다는 점에서 본 연구에서 설정한 최근 10년의 분석 기간은 미디어 기술의 발달과 이에 따른 윤리 이슈의 확대를 살펴보기에 적합한 기간이라고 판단하였다.

수집된 논문들을 대상으로 2인의 연구자가 연구의 제목과 초록, 본문을 검토하여 귀납적(inductive) 관점에서 내용분석을 시행하였다. 주된 분석 항목은 분석 대상이 된 연구가 속하는 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션학의 세부 영역, 연구의 핵심 주제, 여기서 다뤄지고 있는 윤리적 이슈의 내용, 그리고 사용된 방법론이 포함되었다. 연구의 주요한 윤리적 화두를 추출하기 위한 분석 유목은 우선 2인의 연구자가 각각 백여 편의 연구를 사전 검토한 후 각 연구의 주제가 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션학의 세부 분야 중 어떤 영역에서의 윤리에 초점을 두고 이루어졌는지 고려해 설정되었다. 이 과정에서, 연구의 중심 화두가 보다 근원적인 ‘윤리학’ 영역의 문제와 가깝거나 특정 윤리적 의제나 현상이 두드러지는 하나의 연구 흐름을 형성할 정도로 빈번히 등장하는 경우 논의를 통해 이를 별도의 유목으로 구분하였다. 연구의 내용분석이 질적, 귀납적 성격을 띠기에 분석의 일관성 검증은 위한 코더 간 신뢰도

---

를 중심으로 검색 시 가장 많은 논문이 검색되기는 하지만 본 연구의 주제인 ‘저널리즘 및 커뮤니케이션·미디어’ 분야와는 다소 거리가 있고 학제 간 연구(interdisciplinary research)의 성격이 매우 강하여 분석 대상에서 제외하였다. 이 저널을 분석 대상에서 제외하고 검색 기준에 따라 가장 많은 논문을 출간한 저널은 <Journal of Media Ethics>였다. Scopus에만 등재된 <Journalism & Mass Communication Educator>를 제외하고, 분석대상으로 선정된 나머지 19개 저널 모두 WoS와 Scopus에 동시에 등재되어 있다.

계수 추출과 같은 계량적 방식이 적용되지 않았음을 밝힌다. 그보다도, 본 연구에서는 내용이 모호하거나 연구자들의 의견이 나뉘는 부분에 대해 지속적인 논의를 통한 합의점을 도출하고자 했다. 사용된 방법론 차원에서는, 각각의 연구가 양적(quantitative), 질적(qualitative), 또는 양·질적 접근법이 혼합된 혼합적(mixed) 접근법 중 어떤 방법을 택하였는지 살펴보았다. 새롭거나 혁신적인 연구 방법이 사용된 경우 별도로 기록해 논하고자 했다.

〈표 1〉 저널리즘, 미디어, 커뮤니케이션 연구 분야 저널별 ‘윤리’ 관련 연구, 2013-2022년 기준<sup>3)</sup>

저널명	논문 수
Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media morality	110
International Journal of Communication	57
Journal of Information, Communication and Ethics in Society	52
Public Relations Review	52
Journalism	51
Information, Communication & Society	41
Journalism Studies	38
Group Processes & Intergroup Relations	38
New Media & Society	36
Journalism Practice	36
Media, Culture & Society	32
Feminist Media Studies	32
Poetics	32
Social Media + Society	29
Discourse & Society	27
Big Data & Society	25
Discourse, Context & Media	24
Journalism & Mass Communication Educator	24
Games and Culture	23
Digital Journalism	23
계	782

3) 2022년 기준 온라인에 먼저 출간된 논문은 분석에 포함되었으며, 일부 논문의 경우 이후 해당 학술지의 권호가 배정되어 본 논문의 작성 시점에는 2023년 논문으로 분류된 예도 있음을 밝힌다.

## IV. 연구 결과

2013년부터 2022년까지 발표된 782편의 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션학 분야의 윤리 연구를 분석한 결과, 광의의 디지털 미디어와 인터넷 윤리, 저널리즘 윤리, 광고·PR 윤리 등 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션학 세부 영역에서 제기되는 윤리적 이슈와 더불어 윤리 이론과 철학, 사회 운동, 윤리적 혼동 등 윤리적 논쟁이나 현상을 기반으로 형성되는 특징적인 연구 흐름을 별도로 고려하여 총 15개의 주제 영역이 도출되었다. 아래의 <표 2>는 각 주제 영역에 대한 설명과 영역별 논문수를 제시하고 있다. 이와 같은 분류를 토대로 앞서 제시한 연구 문제들에 답하고자 한다.

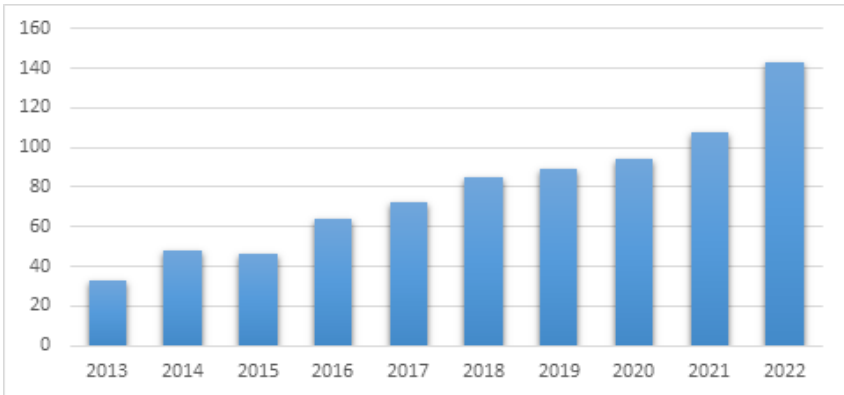
<표 2> 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 대표적 주제 영역

주제 영역	설명	논문 수
저널리즘 윤리	건강한 사회적 공론장 형성과 민주주의 발전을 위한 언론과 미디어의 책무 및 원칙에 관한 연구, 기사 작성 및 보도 관행 등과 관련된 연구 등	178
커뮤니케이션 윤리	건강 커뮤니케이션, 정치 커뮤니케이션, 환경 커뮤니케이션, 수사학 등 커뮤니케이션 각론 영역에서 논의되는 윤리적 문제를 논한 연구/ 개인 간 혹은 그룹 간 커뮤니케이션 갈등과 관련된 이슈 포함	74
광고·PR 윤리	광고·PR 수행 시 준수되어야 할 윤리 원칙과 가이드라인, 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility: CSR) 관련 이슈들이 포함된 연구	71
미래 기술 영역의 윤리적 이슈	인공지능과 기계학습, 데이터, 로봇, 스마트 컴퓨팅, 실감 미디어 등 새롭게 등장하는 미디어 기술 영역에서 불가피한 윤리적 이슈 및 윤리 원칙 정립을 다룬 연구	61
디지털 미디어·인터넷 윤리	인터넷 네트워크로 연결된 광의의 디지털 미디어 환경에서 발생하는 윤리적 문제와 규범에 대한 연구	47
대중문화 영역 윤리	영화, TV, 라디오, 도서, 잡지, 음악, 팬 문화, 스포츠 등 대중문화 제반 영역에서의 윤리 관련 담론과 이슈를 논의한 연구	43

주제 영역	설명	논문 수
윤리 교육	미디어 교육 분야에서 윤리 교육에 관한 연구	42
윤리적 혼돈	이른바 모럴 패닉(moral panic) 현상이라고도 불리는 윤리적 혼돈 현상을 야기하는 특정 집단에 대한 혐오와 폭력, 범죄 등 사회 문제를 다룬 연구	38
윤리 이론과 철학	윤리 규범과 담론의 토대가 되는 다양한 이론적 체계와 철학적 사유를 담은 연구	36
플랫폼	소셜 미디어를 위시한 플랫폼 영역에서의 윤리적 문제들에 관한 연구	34
직업윤리	저널리즘, 미디어, 커뮤니케이션 관련 직종 종사자들을 규율하는 윤리강령(Code of Ethics)을 다룬 연구	24
게임 윤리	온라인 게임 환경에서 발생하는 윤리적 이슈에 관한 연구	24
사회운동	온라인 이용자들이 자발적으로 참여하는 조직적·집합적 운동을 통해 제기되거나 해결되는 윤리적 문제들에 관해 논의한 연구	24
연구 윤리	연구 수행 시 기본적으로 지켜야 할 바람직한 행동 규범에 관한 연구	24
기타	위 영역에 해당하지 않는 주제들	62

## 1. 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 지속적인 성장

아래 <그림 1>은 2013년부터 2022년까지 지난 10년의 기간 동안 본 논문이 선정한 해외 주요 학술지들에 실린 윤리 관련 논문의 게재량 변화 추이를 보여준다. 2013년에는 33건에 머무른 윤리 관련 연구가 2019년에는 백여 건에 가까워졌고, 3년 후인 2022년에는 약 1.5배 성장한 143건의 연구가 발표되었다. 연구의 수가 근소하게 줄어든 2015년을 제외하고, 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야의 윤리 연구는 해마다 꾸준히 증가하는 양상을 보였다.

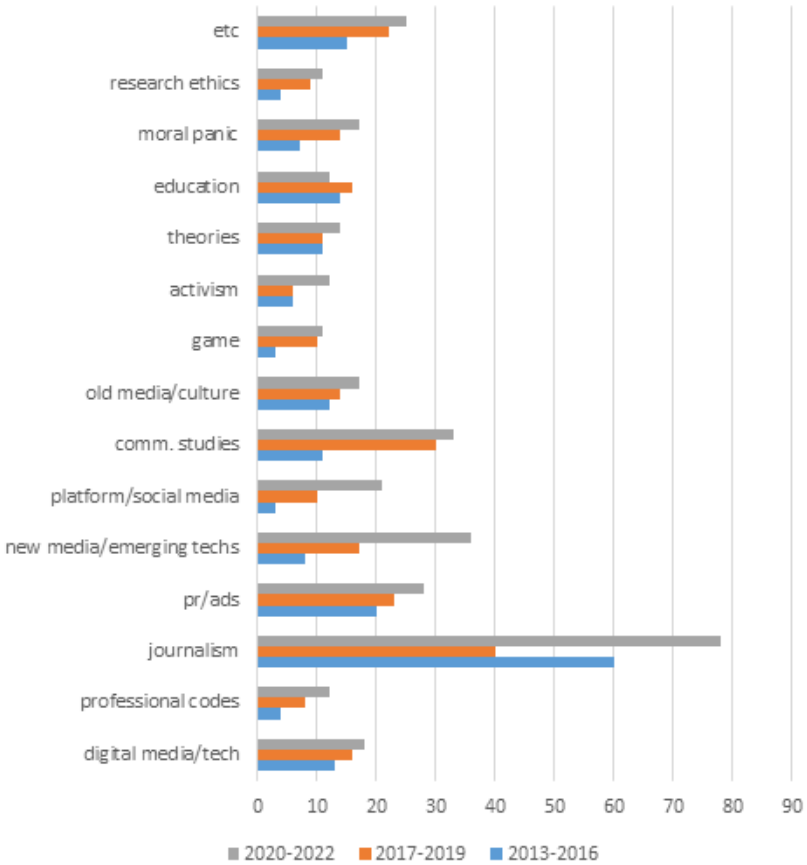


〈그림 1〉 윤리 관련 논문의 게재량 변화 추이, 2013-2022 (10년)

이와 같은 연구의 양적 성장은 연구 주제 및 연구 범위의 확장과도 연결된다. 〈그림 2〉에서 볼 수 있듯이, 대부분의 주제 영역에서 2010년대 초·중반에 비해 2010년대 중후반을 거쳐 2020년대에 접어들며 윤리 연구가 더욱 활발히 발표되었다.

2010년대에는 저널리즘과 PR 및 광고, 그리고 미디어 교육 등 전통적인 윤리 연구 분야에서 다른 영역에 비해 활발한 연구가 이뤄졌지만, 2010년대 중후반부터는 소수집단과 사회적 약자에 대한 혐오와 폭력과 같은 ‘모럴 패닉(moral panic)’ 등 윤리적 혼돈 현상과 온라인 게임 영역에서 일어나는 사회적 문제를 둘러싼 윤리적 이슈를 다룬 연구의 성장이 두드러졌다. 그 외에도 정치·환경·건강·수사학·대인·집단 커뮤니케이션 등 커뮤니케이션학 각론에 해당하는 여러 세부적인 영역에서 포퓰리즘, 기후변화와 허위조작정보 등 다양한 화두를 중심으로 윤리 연구가 수행되었다.

2020년에서 2022년까지 포함하는 2020년대 초반의 가장 두드러지는 연구 경향은 인공지능, 기계학습, 빅데이터, 로봇, 실감 미디어, 스마트 컴퓨팅 기술 등, 이른바 4차 산업 혁명으로의 전환을 이끄는 대표적인 미래 기술들로 인해 발생하는 윤리적 딜레마를 규명하고 이에 효과적으



<그림 2> 주제 영역별 윤리 관련 논문의 게재량 변화

로 대응하려는 움직임으로 특징지어질 수 있다. 코비드(Covid) 19 팬데믹 국면에서 가속화된 전 세계적 디지털 전환과 더불어 급격히 빨라지는 기술의 진보는 때로는 예기치 못한 결과와 부작용을 낳으며 사회적 논쟁을 야기했지만 이와 동시에 문제에 대한 해결책과 대안을 모색하려는 의미 있는 시도들을 촉진하는 촉매가 되기도 했다. 아울러 소셜 미디어 등 플랫폼 영역에서 플랫폼과 이용자의 책임과 권리를 정립하고자

하는 시도와 더불어 연결된 사람들의 자발적인 조직과 참여를 통해 확대되는 사회 운동의 의의와 윤리적 함의를 제시하고자 하는 연구들도 증가하고 있다.

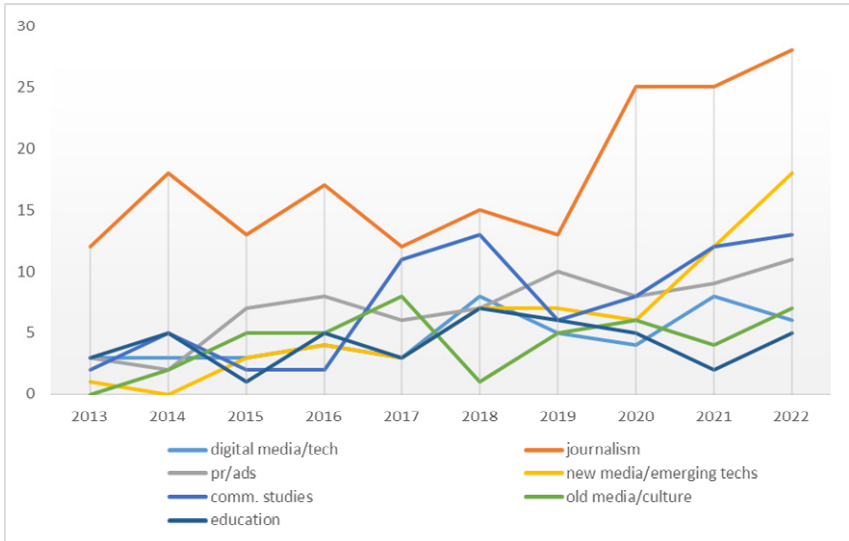
전통적 윤리 연구 지형의 변화 또한 주목할 만하다. 명실공히 윤리 연구의 대표적인 주제 영역으로 나타나고 있는 저널리즘 윤리 영역의 연구는 2010년대 후반 상당히 줄어들다 2020년대 다시 증가하며 그 위상을 확고히 하였다. 또 다른 전통적인 대표 주제 영역인 PR과 광고 영역의 윤리 연구는 근소한 증가세로 현상 유지 수준에 머무르는 한편 윤리 교육 영역의 연구는 다소 감소하는 양상을 보인다.

그 외에도, 전반적으로 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션학 분야의 해외 주요 학술지에 게재된 논문 수의 시간의 흐름에 따른 변화를 살펴보면, 윤리 관련 연구가 점차 환영받는 경향을 띠고 있음이 관찰된다. 특히 <Journalism>, <Journalism Practice>와 같은 대표적인 저널리즘 학술지에서 2010년대 초반(각각 13건, 6건)보다 2020년대(각각 29건, 20건)에 눈에 띄는 윤리 연구의 약진을 보여주었다. 한편, <Journal of Information Communication & Ethics in Society>, <Feminist Media Studies>, <Big data & Society> 등 미디어·커뮤니케이션 관련 학술지에서도 2020년대 들어 윤리 관련 논문 게재 수가 상당히 증가하고 있다 (각 20편→ 32편, 7편→ 20편, 7편→ 18편).

## 2. 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 주요 화두

저널리즘과 미디어·커뮤니케이션 분야의 해외 주요 학술지 중 윤리 관련 논문이 가장 많이 실린 상위 20개 학술지에서 다뤄진 윤리 관련 연구들의 주요한 주제는 총 일곱 가지를 꼽을 수 있다(그림 3). 저널리즘 윤리, 커뮤니케이션 윤리, 광고·PR 윤리, 미래 기술 관련 윤리, 넓은 의미의 디지털 미디어 및 인터넷 윤리, 대중문화 영역에서의 윤리, 그리고 미디어 교육에서의 윤리에 관한 화두들이다. 아래에서는 이러한 주요

주제별 연구 경향이 시간에 따라 어떻게 변화하고 있는지 살펴보고, 각 주제 영역의 윤리 관련 연구들에서 나타나는 대표적인 주제와 기타 구체적인 특징에 관해 논의하고자 한다.



〈그림 3〉 상위 7개 주제 영역에서의 윤리 관련 연구 증감 추이 (2013-2022)

지난 10년간 각 주제 영역에서 윤리 관련 논문들의 수는 시간에 따라 변화하는 양상을 보인다(그림 3). 우선 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야에서 지난 10년간 가장 많이 다루어진 윤리 관련 연구 주제는 저널리즘 윤리이다. 비록 2017년에서 2019년 사이 저널리즘 윤리 연구가 다소 주춤했으나 2020년을 기점으로 이전보다도 더 많은 수의 연구가 발표되며 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 대표적 화두로서 그 위치를 굳건히 해 오고 있다. 시민의 알 권리 충족과 건전한 공론장 형성에 이바지하기 위한 언론의 사회적 역할과 책무에 대한 논의(Mohamed, 2020)에서부터 기사 작성 및 보도와 관련된 실천적 논의(Morse, 2014; Zou, 2018), 기자들과 정보원 간의 관계(Wright,

2016), 데이터 저널리즘과 알고리즘 저널리즘의 등장으로 야기되는 윤리적 이슈들(Dörr & Hollnbuchner, 2017; Lewis & Westlund, 2015)에 이르기까지 다양한 측면에서 저널리즘 윤리가 다루어지고 있었다. 디지털 정보 기술의 발전과 뉴스 생산 방식의 변화에 따른 새로운 저널리즘의 종류 및 이와 관련된 윤리적 규범과 관련된 논의 또한 상대적으로 빈번히 등장하는 연구 주제였다. 사진 등 시각적 요소를 활용한 저널리즘(photojournalism, visual solution journalism, e.g., Hunt & Jalette, 2021), 창의적 스토리텔링(storytelling)과 보도에 중점에 두는 리터러리(literary) 또는 내러티브(narrative) 저널리즘(e.g., Greenberg, 2014), 국외의 사건이나 재난 등 특수한 맥락을 가진 대상이나 사건에 대한 ‘느린(slow)’ 저널리즘(e.g., Boyles, 2016)의 적용 등이 변화하는 환경에 적응하거나 대응하며 저널리즘 본연의 가치를 지키는 방법을 모색하는 과정에서 등장한 새로운 저널리즘 기법들이다. 나아가, 정보 생산 과정에서 생산자와 이용자 간 벽이 허물어지며 기성 저널리스트와 다른 궤적을 거쳐 온 일반 시민이나 프리랜서 저널리스트들이 뉴스 생산의 한 축을 이루게 된 상황을 주목하며 새로운 저널리즘과 전통적 저널리즘의 관계, 새로운 저널리즘 영역과 행위자들에 적용되어야 할 저널리즘의 가치와 원칙도 주요한 연구의 화두로 제시되었다(e.g., Mathisen, 2019; Salaudeen, 2022).

저널리즘 윤리 다음으로 윤리 관련 연구가 많이 이뤄진 영역은 커뮤니케이션 관련 분야의 윤리 연구이다. 2010년대 초중반 비교적 적은 수의 연구가 발표되었으나, 2017년을 기점으로 커뮤니케이션 세부 분야에서 윤리 관련 연구들이 증가하는 양상이 나타난다. 윤리 문제가 다루지는 구체적인 커뮤니케이션학의 세부 분야는 정치커뮤니케이션, 헬스커뮤니케이션, 환경커뮤니케이션, 수사학 등으로 이들 세부 분야들의 연구는 정치와 사회, 자연환경과 건강 등 인간사회의 여러 국면에서 일어나는 윤리적 이슈들을 다루고 있다. 정치 커뮤니케이션 분야의 연구 주제는 양극화, 포퓰리즘, 민주사회의 정치과정 변동에 관여하는 미디어의 역할이 점차 커지는 현상을 이르는 정치의 미디어화(mediatization of politics)

에 대해 비판적으로 접근하며 이에 대한 윤리적 교훈을 제시하거나 밈(meme)과 같은 독특한 표현 양식을 통한 참여적 정치 문화, 윤리적 정당성을 획득하기 위한 정치적 행위를 소개 및 분석하는 논문들이 있었다(e.g., Hamo, Kampf, & Weiss-Yaniv, 2019; Kissas, 2022; Paz, Mayagoitia-Soria, & González-Aguilar, 2021). 건강 커뮤니케이션 영역에서는 시민 의식이 성장하며 보편적 기본권을 넘어 정신 건강이나 웰빙 등 개인적 차원의 복리 신장을 강조하는 목소리가 등장했고(e.g., Gravel -Patry, 2022), 환경 커뮤니케이션 분야에서는 인간 중심적 사고에서 벗어나 기후변화나 동물권 등 주변 환경으로의 관심의 확장 및 이들과의 지속 가능한 공존의 가치가 점차 중요하게 여겨지고 있다(e.g., Huges, 2021; Weder & Voci, 2021). 한편, 저널의 성격에 따라 주로 다루어지는 주제가 명확한 경우도 존재한다. <Group Processes & Intergroup Relations> 저널의 경우 본 연구의 분석 대상에 포함된 논문 대다수가 대인 간 혹은 그룹 간 갈등 양상과 그와 연관된 윤리적 고민을 커뮤니케이션 관점에서 다루고 있었다.

저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 대표적인 다른 축은 광고·PR 윤리이다. 소비자를 대상으로 판매촉진이나 인식 제고를 목표로 한 PR캠페인, 마케팅, 광고 등의 일련의 실행 과정에서 일어나는 윤리적 이슈와 갈등 상황에 대한 위기관리에 더하여 그 실행 시 준수해야 할 바람직한 윤리적 원칙과 관행 및 구체적인 실천 강령 등에 대한 고민을 다루고 있다. 광고·PR 윤리 분야는 큰 기복 없이 시간이 지남에 따라 관련 분야 연구의 수가 점차 증가하는 것이 특징적이다. 최근 국내에서도 논쟁거리가 되었던 협찬 콘텐츠(sponsored content) 이슈에 대한 윤리적 고찰(Wellman, Stoldt, Tully, & Ekdale, 2020)을 비롯하여 소셜 미디어상에서의 윤리적 관행에 관한 PR 전문가들의 인식 차이를 국가 간 비교한 연구(Toledano & Avidar, 2016), 석유 및 가스 산업 분야 기업들의 CSR 관련 활동의 제한성에 대한 비판적 연구(Kirat, 2015) 등 다양한 연구가 수행되었다. 소셜 미디어가 광고 홍보 캠페인의

효과적인 도구가 되면서 소셜 미디어상에서 일정한 영향력을 확보하고 있는 인플루언서(influencer)들에 대한 윤리적 접근과 캠페인에의 활용이 화두로 다루어지기도 했다(Borchers & Enke, 2022). 신기술의 도입에 따라 불거지는 윤리적 문제를 다루기 위한 연구 또한 증가하였다. 일례로 빅데이터와 알고리즘 기술을 활용한 혁신적인 광고 홍보 전략의 하나로 부상한 이용자 행위 기반의 마이크로타겟팅(behavioral micro-targeting) 기법에 대해, 해당 전략으로 인한 윤리적 문제를 조명함과 동시에 이를 보다 윤리적으로 수행하기 위한 대안 또한 연구되고 있다(Choi, 2022).

한편, 새롭게 떠오르는 대표적인 윤리 연구 영역은 인공지능과 빅데이터, 로봇, 메타버스 등을 위시한 실감미디어 기술 등 4차 산업혁명을 견인할 것으로 여겨지는 미래 기술 관련 영역이다. 시간이 지남에 따라 점차 해당 영역에 관한 연구 관심이 집중되고 있다. 미래 기술에 대한 사회적 관심이 높아지고 활용 영역이 확대되며 발생하는 윤리적 갈등과 이에 대응하는 사회적 경각심 제고 및 적용 가능한 규범 수립을 촉구하는 연구들은 특히 2020년부터 크게 증가하고 있다. 이는 2020년 이후 코로나 팬데믹 시기를 거치며 사회 전반에 걸쳐 급속하게 진행된 디지털 전환기 기술의 급속한 발전 및 활용 범위의 확장을 반영한 것으로 보인다. 이 분야의 연구는 AI와 빅데이터 윤리 원칙과 규범을 거시적이고 총체적인 시각에서 정리하는 이론적 연구부터, 알고리즘 관련 정책 수립이나 거버넌스, 기술의 윤리적 설계(ethical design) 등 구체적인 실행 전략을 고민하는 연구들로 이어진다. 한편, 봇(bot)이나 음성 기반 AI비서, AI 활용 범죄 예측 등 특정 기술의 사례연구를 통해 프라이버시나 감시(surveillance)의 문제뿐 아니라 책임(responsibility)과 공정성(fairness), 신뢰(trust) 원칙 등에 대해 심층적으로 논의하는 연구들도 꾸준히 등장하고 있다(e.g., Franzke, 2022; Kieslich, Keller, & Starke, 2022).

위와 같은 소위 미래 기술의 발전과 그에 뒤따르는 사회적 부작용에 대한 윤리적 논의 외에도, 인터넷과 디지털 미디어를 아우르는 정보통신

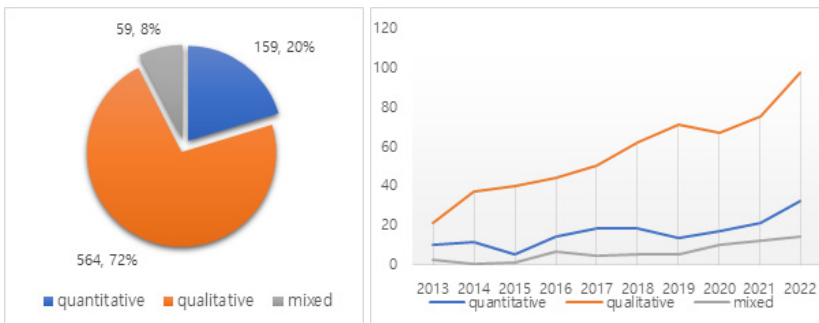
기술 영역 전반에서 제기되는 윤리적 이슈들을 다루는 연구들도 꾸준히 수행되었다. 분석 결과 2010년대 전반보다 후반부터 해당 영역의 윤리적 문제를 고민한 연구가 증가하는 경향을 보인다. 2013년부터 2017년까지의 전반부는 디지털 시대의 인권에 대한 폭넓은 고민이나 아동과 청소년의 권리를 다룬 연구가 눈에 띈다(Slavitcheva-Petkova, Nash, & Bulger, 2015). 이후 2018년부터 2022년까지는 컴퓨팅 환경이나 기술정보 시스템의 발전 과정에서 우리 사회의 전통적 가치와 인권이 맞닥뜨린 새로운 변화와 도전, 그리고 여기서 발생하는 사회적 격차 및 불평등과 같은 윤리적 문제를 다루고 있다(e.g., Collier, 2021; Powell, Ustek-Spilda, Lehuédé, & Shklovski, 2022). 본 연구에서는 비록 별도의 주제 영역으로 분리되었지만, 2020년에 접어들며 급속히 증가한 플랫폼 및 온라인 사회 운동 영역의 연구 또한 광의의 온라인 공간에서 일어나는 정치, 사회, 경제, 노동 관련 사안들에서 파생되는 윤리적 이슈에 관한 내용을 고민한다는 점에서 유사한 맥락으로 연결된다고 볼 수 있다.

그 외에도 영화나 TV 프로그램, 음악 등 대중문화 영역에서 관찰되는 윤리 연구와 미디어 교육 영역에서 포착되는 윤리 이슈들 또한 많은 연구가 이루어지는 분야이다. 전자는 대중문화 콘텐츠 속 캐릭터나 스토리에 투영된 윤리적 가치나 사회적 교훈에 대해 논하는 경향이 많다. 반면, 후자는 미디어 윤리를 미디어 교육의 한 영역으로 간주하고 이를 효과적으로 교육하기 위한 방법론을 모색하는 데 초점을 두고 있다. 특히 본 연구의 분석 대상에 포함된 해외 저널 중 <Journalism & Mass Communication Educator>의 경우 선정된 논문 대다수가 언론 윤리 혹은 미디어 윤리 교육과 관련된 실천적 논의를 다루고 있었다.

### 3. 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 윤리 연구의 주된 연구 방법

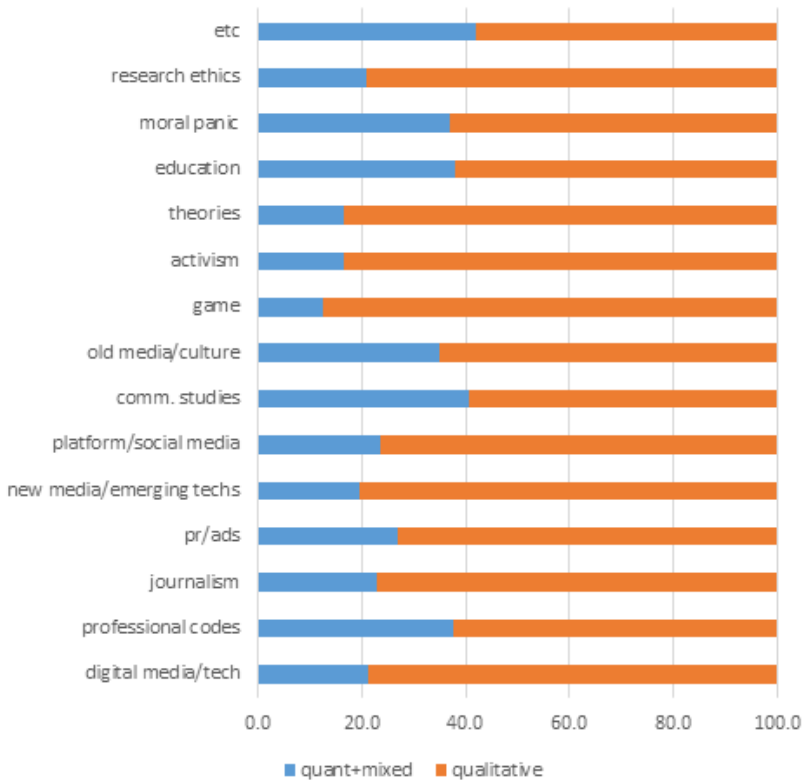
지난 10년간 해외 주요 학술지에 실린 윤리 관련 논문들이 사용한 연구 방법을 살펴본 결과, 질적, 심층적 연구 방법이 약 70% 이상을 차지

하는 주된 연구 방법으로 활용되고 있었다. 양적 접근 방법은 20%, 양적, 질적 접근 방식이 혼합된 혼합 접근 방법은 8% 정도를 차지하며 윤리 연구는 약 7:3의 비율로 질적 접근 방식이 주류의 위치를 점하고 있음이 드러난다(그림 4). 시간의 흐름에 비추어 보아도 질적 접근 방법에 대한 연구자들의 선호와 신뢰는 흔들리지 않고 있음을 알 수 있다(그림 5). 빅데이터의 시대, 방대한 데이터 수집 및 분석을 통해 얻은 통찰의 중요성을 강조하는 시대적 요구가 몇 년 사이 지속적으로 증가해 왔음에도, 윤리 연구 분야에서는 질적 연구 방법의 활용이 꾸준히 선호되고, 오히려 매년 더욱 증가하는 경향이 있었다. 물론 양적 접근 방법과 혼합 연구 방법의 활용도 최소한 매년 비슷하거나 근소하게 증가하고 있다고 볼 수 있으나, 질적 연구 방법에 대한 연구자들의 선호에 비해서는 매우 저조하게 활용되고 있는 셈이다. 본 연구는 컴퓨테이셔널(computational) 기법과 네트워크 분석 기법(network analysis techniques) 등 특히 사회과학 연구의 혁신적인 방법론으로 새롭게 대두됐던 방법론들 또한 양적 접근 방식으로 간주하고 코딩했는데(이와 같은 방식이 질적 연구 방식과 혼합된 경우는 혼합 접근법으로 코딩), 이러한 방법론이 활용된 논문은 총 14편에 불과했다.



<그림 4(좌), 5(우)> 지난 10년간 윤리 관련 논문들에서 사용된 연구 방법 및 활용 변화 흐름

한편, 각 주제 영역별로 양적, 질적 연구 방법들이 지난 10년에 거쳐 어떻게 적용되었는지 그 비율을 비교하면 아래 <그림 6>과 같다. 전술했듯, 모든 주제 영역에서 질적 연구 방법론의 활용이 두드러지나, 커뮤니케이션학 세부 분야에서의 윤리 연구(40.5%), 윤리 교육 분야(38.1%), 직업윤리(37.5%), 윤리적 혼돈(36.8%)에 관한 연구에서 다른 분야보다 높은 양적 접근 방식의 활용이 관찰되었다. 한편, 온라인 게임(87.5%), 사회 운동(87.5%), 윤리 이론(83.3%), 미래 기술 관련 윤리 연구(80.3%) 분야에서는 다른 분야보다 질적 접근 방식이 더 높은 비율로 활용되었음을 알 수 있다.



<그림 6> 주제 영역별 윤리 관련 논문들에서 사용된 연구 방법 비교(%)

이처럼, 일반적으로 질적 접근법에 기반하는 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야의 윤리 연구에서 활용되는 대표적인 연구 방법은 사례 연구(Case Study), 심층 인터뷰(In-Depth Interview)와 포적집단인터뷰(Focus Group Interview: FGI), 참여관찰 등을 포함하는 민속지학(ethnography), 그리고 질적 내용분석(비판적 담론 분석(Critical Discourse Analysis: CDA), 주제 분석(Thematic Analysis), 대화 분석(Conversation Analysis), 문헌 연구(Archival Research))을 꼽을 수 있다. 디지털 환경의 확장과 보폭을 함께 하는 질적 연구의 진전도 주목할 만하다. 디지털 공간의 개인이나 집단의 행동을 분석하는 디지털 영역의 민속지학적 연구 방법은 디지털 민속지학(Digital Ethnography)이나 넷노그래피(Netnography, see Bowler Jr, 2010)라는 명칭으로 최근 그 활용이 증가하고 있다. 아울러 사람들이 온라인 애플리케이션 인터페이스 등 특정한 기술적 환경에서 어떻게 ‘돌아다니는지’ 관찰하여 그 수용과 이용 행동을 분석하는 ‘워크스루 기법(walkthrough method, see Light, Burgess, & Duguay, 2018)’ 또한 새롭게 등장하는 연구 방법이다. 한편, 가장 빈번히 활용된 양적 연구 방법은 설문조사, 양적 내용분석, 그리고 실험연구 방식을 꼽을 수 있다.

## V. 결론 및 논의

본 연구는 2013년부터 2022년까지 10년의 기간 동안 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야의 해외 주요 학술지들에 발표된 윤리 관련 연구논문들을 대상으로 내용분석을 진행하였다. 윤리 연구의 주요한 주제와 이슈 및 연구 방법 등에 초점을 둔 분석 결과를 바탕으로, 10년 전부터 최근까지 국제적인 윤리 연구 동향이 어떻게 전개되고 변화해 왔는지 살펴보았다. 연구 결과에 따르면, 지난 10년간 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야에서 윤리 연구가 괄목할 만한 양적 성장 및 연구 범

위의 확장을 이루었음을 확인할 수 있었다. 본 연구에서 선정한 20개 저널을 기준으로 볼 때, 2013년 33건에 머무른 윤리 연구의 수는 2022년 143건으로 네 배 이상 증가하였다. 전통적 윤리 연구의 영역인 저널리즘 윤리와 커뮤니케이션 윤리, 광고·PR 윤리, 대중문화와 전통적 미디어 관련 윤리 외에도 인터넷 윤리, 미래 기술 관련 윤리, 플랫폼 윤리 등 새로운 기술의 등장과 사회 변화로 인해 점차 넓은 범위에서 윤리 연구가 이뤄지고 있음이 관찰되었다. 연구 주제의 경우 눈에 띄게 확장됐지만, 대다수의 윤리 연구가 여전히 전통적인 질적 접근 방법을 적용하여 이루어지고 있었다. 비록 디지털 민속지학과 넷노그래피, 워크스루 기법 등 디지털 환경에서의 원활한 연구를 위한 방법론적 변화의 움직임이 없는 것은 아니지만, 대체로 인터뷰와 민속지학, 사례연구, 질적 내용분석 등 고전적인 질적 연구 방법이 선호되고 있었다. 양적 접근법이나 혼합 접근법을 적용한 연구는 시간의 변화와 무관하게 그 수가 상대적으로 적었으며, 사회과학 영역 전반에서 혁신적 방법론으로 주목받고 있는 컴퓨테이셔널 연구 방법 등은 윤리 관련 연구에서는 그 적용이 예외적인 편에 속했다.

분석을 통해 나타난 윤리 연구의 동향에는 다음의 세 가지 특징이 있다. 첫째, 경제적 압력들과 기술적 변화들이 레저시 미디어 저널리즘 등 전통적 미디어 영역에 가져오는 위기와 위협이 윤리 연구에 있어서는 오히려 기회로 작용하는 측면이 있다는 것이다. 신기술이 가져오는 변화와 혼란은 전통적인 윤리 연구의 영역이었던 저널리즘과 광고·홍보 분야에서 새로운 연구를 촉발하는 동력이 되고 있다. 데이터와 알고리즘, 인공지능을 기존의 영역에 어떻게 윤리적으로 편입해야 할지, 가짜 뉴스 현상, 네이티브 광고 등을 둘러싼 윤리적 갈등을 어떻게 해석하고 해결해야 할지, 시민기자과 인플루언서 등을 중심으로 레저시 영역에 대한 시민 참여가 확대되는 환경에서 레저시 미디어가 전하는 본연의 가치와 원칙을 어떻게 보전하거나 개선할 것인지 등, 새롭게 떠오르는 윤리적 질문들이 중요한 연구의 대상이 되고 있다. 시간이 갈수록 가속화되는

기술 혁신이 향후 윤리 연구가 한층 발전하는 계기가 될 것으로 생각되는 이유다.

둘째, 윤리 연구는 신기술을 윤리의 영역으로 포섭하며 미디어와 커뮤니케이션학 분야를 확장하는 데 일조하고 있다. 인공지능과 로봇, 빅데이터, 블록체인과 클라우드 등 현재 차세대 산업 혁명의 핵심 주자로 주목받고 있는 기술은 사회에 미치는 영향력의 크기와 범위를 고려할 때 기술의 개발과 도입, 활용 과정에서 사회 공동의 관심과 논의가 필요한 대목이다. 이를 위해서는 다학제적 협력을 기반으로 기술 개발 자체를 넘어 기술이 야기할 수 있는 잠재적 영향을 예측하고 이에 대한 대응을 모색하는 과정이 필수적이다. 저널리즘과 미디어·커뮤니케이션 분야의 윤리 연구는 기술의 개발과 활용, 기술로 인한 결과 전반에서 대립하는 가치와 규범을 조율하는 데 중점을 둘 뿐 아니라, 그 속에서 사람들이 상호작용하며 가치와 규범을 조정하는 방식에도 연구 관심을 두으로써 효과적으로 기술과 커뮤니케이션학의 접점을 마련하는 교두보로 작용하고 있다.

셋째, 이와 같은 윤리 연구들을 하나의 체계로 통합하는 이론적 틀은 물론이고 이를 어떻게 미디어 교육 과정의 일부로 설정하고 체계적인 교육 방향을 확립해야 할지는 향후 더 많은 고민이 필요한 부분이라고 할 수 있다. 분석 대상이 된 윤리 연구들은 인공지능 윤리, 데이터 윤리, 저널리즘 윤리, PR 윤리, 광고 윤리 등 각각의 영역에서 수많은 윤리 규범과 원칙을 제시하고 있으나, 이를 하나의 체계 안에 통합적으로 정리하기 위한 이론적 고민은 아직 찾기 어렵다. 이처럼 다양한 윤리적 화두들을 교육 과정 속에 어떻게 녹여낼 수 있을지에 대한 고민 또한 희소한 실정이다. 비록 <Journalism & Mass Communication Educator> 등 미디어 교육 연구를 다루는 논문들에 초점을 두고 있는 저널이 있으나, 해외의 연구 사례를 통해 살필 때도 미디어 교육 과정에서 윤리 교육을 어떻게 해야 할 것인가에 대한 연구는 그리 많지 않다. 연구에서 드러나는 이 같은 한계는 저널리즘과 미디어·커뮤니케이션 분야 연구의 장기

적인 과제가 될 것이다.

전술한 해외의 사례에 비추어 국내의 상황을 살펴보면, 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 저널들에서 윤리 연구가 활발히 진행되어 온 것과 달리 국내의 경우 언론 윤리 혹은 미디어 윤리는 연구자들로부터 많은 관심을 받지 못했다. 해외의 사례처럼 미디어 윤리를 중점적으로 다루는 저널까지는 아니더라도 적어도 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 국내 저널들에서 윤리 관련 연구가 더욱 많이 소개될 필요가 있어 보인다. 연구와 교육은 분리하여 다루어지기보다는 서로 긴밀하게 연결되고 상호 보완적일 때 각 영역에서의 발전을 이룰 수 있다는 점에서 볼 때, 언론 윤리 또는 미디어 윤리에 대한 학문적 관심 외에도 대학 및 언론 현장에서의 언론·미디어 윤리 교육 강화가 필요하다.

언론 윤리 혹은 미디어 윤리 교육은 그동안 국내 대학에서는 제대로 이루어지지 않은 것이 현실이다(김춘옥, 2008).<sup>4)</sup> 국내의 경우 언론인들에 대한 체계적 윤리 교육 시스템이 부재하며 재교육 여건도 좋지 않다(강아영, 2017; 김춘옥, 2008; 이소연, 2022). 미디어 교육의 중요성이 재조명받고 있는 요즘 언론 윤리 혹은 미디어 윤리에 대해서도 대학에서의 커리큘럼 개발뿐만 아니라 언론·미디어 현장에서의 윤리 교육 강화 등이 종합적으로 논의될 필요가 있다.

무엇보다 예비 언론인 및 현직 언론인에 대한 언론 윤리 교육 내용 및 방법의 내실화 및 언론인에 대한 지속적인 재교육이 체계적으로 이루어질 필요가 있다. 이를 위해 언론 및 미디어 윤리 교육의 방법론에 대한 고민이 필요하며 언론 현장에서도 체계적 윤리 교육의 중요성을 인식하고 이에 대한 투자가 필요하다. 이러한 작업은 현재 학교 및 언론 현장에서 언론 윤리 혹은 미디어 윤리 교육이 어떻게 이루어지고 있는

4) 김춘옥(2008)의 연구에 따르면 2008년 당시 국내 142개 언론 관련 학과에서 언론 윤리 혹은 언론법 강좌를 실제로 개설한 학과는 38개 학과였으며, 그중에서 언론 윤리와 언론법을 별도로 가르치는 학과는 5개에 불과하였다. 언론 윤리와 언론법을 별도로 개설한 5개 대학에서도 3개 대학의 경우 한 과목의 강좌만 개설되었고 2008년 당시 두 과목 모두 개설한 곳은 두 대학뿐이었다(김춘옥, 2008).

지 현황을 파악하는 작업에서부터 시작할 필요가 있다. 아울러 언론 및 미디어 관련 학회에서는 연구자들을 중심으로 언론 윤리 혹은 미디어 윤리 교육 커리큘럼에서 기본적으로 다루어질 필요가 있는 주요 영역들을 선정해내는 작업을 진행할 필요가 있다. 한편, 기존 연구들이 지적하고 있듯이 윤리강령의 경우 현장에서의 활용도를 높일 수 있도록 현실과 괴리되지 않으면서 구체적으로 규정될 필요가 있다.

본 연구는 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 주요 해외 저널들을 중심으로 윤리 연구의 동향을 살펴보았다. 하지만 본 연구의 분석 대상에 포함된 저널만으로 언론 윤리 또는 미디어 윤리 연구의 전체 지형을 살펴보는 데에는 한계가 있는 만큼 연구 결과를 해석할 때는 주의가 요구된다. Scopus 및 Web of Science에 등록된 커뮤니케이션 분야 저널 수를 고려할 때, 향후 연구에서는 분석 대상에 포함된 저널의 수를 늘릴 필요가 있다. 연구 주제 분류의 경우 각 논문에서 다루는 주제가 다양할 수 있고 연구 주제 영역 간 중첩되는 부분이 있거나 서로 연관될 수 있다는 점도 연구의 한계점이라고 할 수 있다. 향후 연구에서는 더 정교한 내용분석을 통해 이러한 한계점을 극복하는 연구가 이루어질 필요가 있다. 본 연구에서 분류한 세부 영역의 하나를 선정하여 연구 동향을 집중적으로 분석하는 접근도 의미 있는 작업이 되리라 생각한다. 한편, 본 연구는 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 해외 주요 저널에 실린 연구만을 대상으로 분석한 만큼 국내 연구와의 비교는 진행하지 못했다. 향후 연구에서는 국내 연구와 해외에서의 연구를 비교하는 작업을 진행할 것을 제언한다. 이 연구는 앞서 언급한 한계점에도 불구하고 저널리즘 및 미디어·커뮤니케이션 분야 주요 해외 학술지들을 대상으로 윤리 연구의 동향을 살펴본 최초의 연구로서 향후 관련 연구를 위한 발판을 마련하였다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다.

## ■ 참고 문헌

- 김수아·김세은 (2012). 한국 사회의 미디어 중독 연구 경향 분석. <미디어, 젠더 & 문화>, 23권, 5-45.
- 김수연·김대옥·최명일 (2013). 한국 광고홍보학 연구경향 언어 네트워크 분석: 「광고연구」, 「광고학연구」, 「홍보학연구」, 「한국광고홍보학보」에 게재된 논문의 핵심어를 중심으로. <한국광고홍보학보>, 15권 1호, 59-85.
- 김신미·이인숙·김세영·노윤구·박보현 (2017). 간호윤리 연구 동향 분석: 2009년 이후 자료를 중심으로. <한국의료윤리학회지>, 통권 53호, 406-424.
- 김영환·김우경·박지숙 (2021). 키워드 네트워크 분석을 활용한 디지털리터러시 연구 동향분석: 2011-2015년과 2016-2020년 비교분석. <리터러시 연구>, 통권 42호, 93-125.
- 김재영·양선희 (2007). 한·미 신문의 윤리적 실천 비교연구. <한국언론학보>, 51권 6호, 243-266.
- 김춘옥 (2008). 언론윤리 교육의 현향과 과제. <윤리교육연구>, 16권, 281-298.
- 김희섭·강보라 (2019). 국내외 허위정보 연구동향 비교분석. <한국문헌정보학회지>, 53권 3호, 291-315.
- 남재일 (2010). 직업이데올로기로서의 한국 언론윤리의 형성과정. <한국언론정보학보>, 통권 50호, 73-93.
- 박아란 (2022). <인공지능 시대의 미디어윤리>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 오송희·이정아·김은하 (2016). 상담윤리(counseling ethics)에 관한 국내 연구의 동향. <한국심리학회지:상담 및 심리치료>, 28권 2호, 267-289.
- 이상기·이정민 (2015). 한국의 '미디어 폭력 연구'에 대한 메타 분석. <인문사회과학연구>, 16권 2호, 395-429.
- 이승선 (2005). 언론법제 연구의 현황과 특성. <커뮤니케이션 이론>, 1권 1호, 227-262.
- 이승선·이재진 (2011). 언론법제 연구의 최근 동향분석. <언론과 법>, 10권 1호, 153-188.
- 이승선 (2014). 언론법제 연구의 최근 동향: 2011-2013 학술 논문을 중심으로. <언론과 법>, 13권 1호, 1-28.

- 이재진 (2005). 언론윤리에 대한 언론과 사법부 간의 인식 차이에 대한 연구. <방송과 커뮤니케이션>, 6권 1호, 6-32.
- 이재진·이승선 (2008). 언론법 연구의 최근 동향 분석. <언론과 법>, 7권 1호, 105-133.
- 이재진·박성순 (2015). 언론법제 연구의 어제와 오늘: <언론중재>지 30년의 분석을 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 11권 3호, 213-260.
- 이희은 (2018). 페미니즘 운동과 미디어 윤리: #미투 운동 사례를 중심으로. <언론정보연구>, 55권 3호, 120-157.
- 조소영 (2022). 개별 언론사 언론윤리강령 현황 분석과 개선방안 검토. <언론과 법>, 21권 3호, 49-92.
- 최지혜 (2007). <과학 윤리의 최근 연구 동향 분석: 1995년부터 2007년까지>. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 하유선·이연희·심지원 (2021). 인공지능 윤리와 로봇 윤리, 차이와 연속성-모두의 윤리로서 인공지능 윤리를 향하여. <철학·사상·문화>, 34권, 41-72.
- 한희정·정혜진 (2014). 국내 사이버불링 연구 동향: 개념과 연구 경향성을 중심으로. <한국소통학보>, 24권, 180-217.
- 함정혜·최진선 (2017). 스포츠윤리의 연구동향과 과제. <움직임의 철학: 한국체육철학회지>, 25권 3호, 79-97.
- 강아영 (2017, 6, 20). 많은 기자들이 재교육 원하지만 시스템은 ‘작동 불능’. <한국기자협회>. URL: [http://journalist.or.kr/m/m\\_article.html?no=41970](http://journalist.or.kr/m/m_article.html?no=41970)
- 이소영 (2022, 10, 26). 기자의 지침서, 언론윤리강령 얼마나 지켜지고 있나요. <쿠키뉴스>. URL: <https://www.kukinews.com/newsView/kuk202210260081>
- Baker, P. (2001). Moral panic and alternative identity construction in Usenet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1), Retrieve from <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00136.x>
- Borchers, N. S., & Enke, N. (2022). “I’ve never seen a client say: ‘Tell the influencer not to label this as sponsored’”: An exploration into influencer industry ethics. *Public Relations Review*, 48(5), 102235.
- Bowen, S. A. (2016). Clarifying ethics terms in public relations from A to V, authenticity to virtue: BledCom special issue of PR review

- sleeping (with the) media: Media relations. *Public Relations Review*, 42(4), 564–572.
- Boyles, J. L. (2016). Resiliency in recovery: Slow journalism as public accountability in post-Katrina New Orleans. *Digital Journalism*, 4(4), 478–493.
- Choi, E. (2023). Brand integration, disclosure, and ethics in child-targeted YouTube videos: A content analysis. *Journal of Media Ethics*, 38(1), 34–47.
- Collier, B. (2021). The power to structure: exploring social worlds of privacy, technology and power in the Tor Project. *Information, Communication & Society*, 24(12), 1728–1744.
- Dörr, K., N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 404–419.
- Eberwein, T., & Porlezza, C. (2016). Both sides of the story: Communication ethics in mediatized worlds. *Journal of Communication*, 66(2), 328–342.
- Fiesler, C., & Proferes, N. (2018). “Participant” perceptions of Twitter research ethics. *Social Media + Society*, 4(1). Retrieve from <https://doi.org/10.1177/2056305118763366>
- Franzke, A. S. (2022). An exploratory qualitative analysis of AI ethics guidelines. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 20(4), 401–423.
- Gravel-Patry, F. (2022). “A series of little high fives”: Mental health and digital habituation in women’s Instagram practices. *Feminist Media Studies*, 1–16. Retrieve from <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2149603>
- Greenberg, S. (2014). The ethics of narrative: A return to the source. *Journalism*, 15(5), 517–532.
- Hamo, M., Kampf, Z., & Weiss-Yaniv, N. (2019). Populism as a keyword and as a meta-discursive resource for positioning in mediated political discourse. *Discourse, Context & Media*, 29, 100283. 1–8.
- Hughes, N. (2021). Exploring vegan ideology through graffiti slogans.

- Discourse & Society*, 32(5), 575–597.
- Hunt, D. S., & Jalette, G. (2021). The Boston Marathon bombings: A case study in visual framing ethics. *Journal of Media Ethics*, 36(2), 111–126.
- Jeffery, C. P. (2018). Too sexy too soon, or just another moral panic? Sexualization, children, and “technopanics” in the Australian media 2004–2015. *Feminist Media Studies*, 18(3), 366–380.
- Jin, D. Y., & Kwak, N. (Eds.) (2018). *Communication, digital media, and popular culture in Korea: Contemporary research and future prospects*. Lexington Books.
- Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9), 389–399.
- Jones, J. (2021). Caring with the public: An integration of feminist moral, environmental, and political philosophy in journalism ethics. *Journal of Media Ethics*, 36(2), 74–84.
- Kieslich, K., Keller, B., & Starke, C. (2022). Artificial intelligence ethics by design. Evaluating public perception on the importance of ethical design principles of artificial intelligence. *Big Data & Society*, 9(1), 20539517221092956
- Kirat, M. (2015). Corporate social responsibility in the oil and gas industry in Qatar perceptions and practices. *Public Relations Review*, 41(4), 438–446.
- Kissas, A. (2020). Performative and ideological populism: The case of charismatic leaders on Twitter. *Discourse & society*, 31(3), 268–284.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers.
- LaFollette, H. (1991). The truth in ethical relativism. *Journal of Social Philosophy*, 22(1), 146–154.
- Lee, H. (2021). Research trend analysis on research ethics in Korea. *Journal of Research and Publication Ethics*, 2(2), 11–16.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital journalism*,

- 3(3), 447–466.
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New media & society*, 20(3), 881–900.
- Lin, P., Abney K., & Jenkins, R. (Eds.) (2017). *Robot ethics 2.0 : From autonomous cars to artificial intelligence*. Oxford University Press.
- Lindgren, S. (2013). PIRATE PANICS: Comparing news and blog discourse on illegal file sharing in Sweden. *Information, Communication & Society*, 16(8), 1242–1265.
- Markham, A. N. (2018). Afterword: Ethics as impact—moving from error-avoidance and concept-driven models to a future-oriented approach. *Social Media + Society*, 4(3), Retrieve from <https://doi.org/10.1177/2056305118784504>
- Mathisen, B. R. (2019). Ethical boundaries among freelance journalists. *Journalism Practice*, 13(6), 639–656.
- McGlynn, C., Rackley, E., & Houghton, R. (2017). Beyond ‘revenge porn’: The continuum of image-based sexual abuse. *Feminist Legal Studies*, 25(1), 25–46.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), Retrieve from <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>
- Morse, T. (2014). Covering the dead. *Journalism Studies*, 15(1), 98–113.
- Patching, R., & Hirst, M. (2021). *Journalism ethics at the crossroads: Democracy, fake news, and the news crisis*. Routledge.
- Paz, M. A., Mayagoitia-Soria, A., & González-Aguilar, J. M. (2021). From polarization to hate: Portrait of the Spanish political meme. *Social media + society*, 7(4), 20563051211062920.
- Powell, A. B., Ustek-Spilda, F., Lehuedé, S., & Shklovski, I. (2022). Addressing ethical gaps in ‘Technology for Good’: Foregrounding care and capabilities. *Big Data & Society*, 9(2), 20539517221113774.
- Robertson, C. J. (2007). An analysis of 10 years of business ethics research in *Strategic Management Journal*: 1996–2005. *Journal of Business Ethics*, 80(4), 745–753.

- Salaudeen, M. A. (2022). From personal to professional: Exploring the influences on journalists' evaluation of citizen journalism credibility. *Journalism practice*, 16(10), 2040–2063.
- Schrier, K. (2019). Designing games for moral learning and knowledge building. *Games and Culture*, 14(4), 306–343.
- Singer, J. (2010). Journalism ethics amid structural change. *Daedulus*, 139(2), 89–99.
- Slavtcheva-Petkova, V., Nash, V. J., & Bulger, M. (2015). Evidence on the extent of harms experienced by children as a result of online risks: Implications for policy and research. *Information, Communication & Society*, 18(1), 48–62.
- Stroud, S. R. (2019). Pragmatist media ethics and the challenges of fake news. *Journal of Media Ethics*, 34(4), 178–192.
- Toledano, M., & Avidar, R. (2016). Public relations, ethics, and social media: A cross-national study of PR practitioners. *Public Relations Review*, 42(1), 161–169.
- Weder, F., & Voci, D. (2021). From ignorance to resonance: Analysis of the transformative potential of dissensus and agonistic deliberation in sustainability communication. *International Journal of Communication*, 15, 24.
- Wellman, M. L., Stoldt, R., Tully, M., & Ekdale, B. (2020). Ethics of authenticity: Social media influencers and the production of sponsored content. *Journal of Media Ethics*, 35(2), 68–82.
- Youm, K. H., Sang, Y., & Park, A. (2018). Communication law in Korea: A topic for global research. In D. Y. Jin & N. Kwak (Eds.), *Communication, digital media, and popular culture in Korea: Contemporary research and future prospects* (pp. 59–79). Lexington Books.
- Zinkhan, G. M. (1994). Advertising ethics: Emerging methods and trends. *Journal of Advertising*, 23(3), 1–4.
- Zou, S. (2018). From inarticulacy to care: Exploring dialogical approaches to journalistic representation of ethnic minorities. *Journalism Practice*, 12(4), 382–399.

■ ABSTRACT

---

## Trends in Ethics-related Research in Journalism, Media, and Communication Studies

- Focusing on Major Overseas Journals -

Yoonmo Sang  
Sungshin Women's University

Soyoung Park  
Humanities Research Institute, Chung-Ang University

This study aims to explore the trends and characteristics of ethics-related research from 2013 to 2022 by examining major overseas journals in the fields of journalism and media communication. Among the journals listed in Web of Science or Scopus, search criteria were utilized to select the 20 most relevant journals, and after extracting 782 research papers from the selected journals, content analysis was conducted on them. The results show that in 2013, the journals published 33 research papers, while 143 were published in 2022. In addition, the quantitative growth of research was connected to the expansion of research topics. The study results demonstrate that ethics-related research has been actively conducted on increasingly diverse topics in 15 areas classified in the study. Moreover, the study highlights key research trends in classical journalism and media communication, such as journalism ethics, communication ethics, advertising and public relations ethics, internet ethics, ethics related to future technology, ethics related to popular culture and traditional

media, and ethics education. Emerging trends in ethics research reflected in topics such as moral panic, social movements, ethical theory and philosophy, and research ethics were also identified. In addition to the opportunities and challenges of ethics research brought about by emerging technologies, this study emphasized the need to consider how to connect the lessons and implications accumulated through ethics-related research to media education. Regarding the research methods, most studies (72%) used qualitative methods, followed by quantitative methods (20%) and a mix of quantitative and qualitative methods (8%). In particular, the use of qualitative research methods showed an increasing trend over time over the 10-year study period, confirming the predominance of conducting ethics-related research in journalism and media communications. This study also presented its implications, limitations, and suggestions for future research.

Keywords: journalism ethics, media ethics, content analysis, research trends

[ 논문투고일 2023. 3. 6.    논문수정일 2023. 4. 3.    게재확정일 2023. 4. 5. ]