

잡학서고 지식의 기록

많이 팔려고 부풀린 뉴스, 황색 저널리즘(Yellow Journalism)

원문 주소

<https://www.gklibrarykor.com/10542/>

PDF 미리보기 · 이 글의 일부 내용입니다.

아침 신문 1면에 손바닥만 한 글씨로 ‘충격’, ‘경악’ 같은 말이 박혀 있다면 누구라도 한 번쯤 눈길을 주게 됩니다. 막상 기사를 읽어 보면 제목만큼 대단한 일이 아닐 때도 많지만, 이미 신문은 팔리고 난 뒤입니다. 사실을 정확히 전하는 일보다 많이 팔리는 일을 앞세울 때 언론은 이런 모습이 되곤 합니다. 이런 보도 방식을 가리키는 말이 바로 ‘황색 저널리즘 (Yellow Journalism)’입니다. 황색 저널리즘이란 눈에 확 띄는 제목과 과장된 내용으로 독자의 흥미를 자극해 신문 판매를 늘리려는 선정적인 보도 행태를 의미합니다. 이 말은 1890년대 미국 뉴욕에서 두 신문이 독자를 차지하려고 벌인 치열한 경쟁에서 생겨났습니다. 본 자료에서는 황색 저널리즘이라는 이름이 생긴 배경과 그 시대 신문들이 보인 특징, 전쟁과 얽힌 논란, 그리고 오늘날 우리가 마주하는 모습까지 차례로 살펴보겠습니다. 많이 팔기 위해 부풀린 뉴스의 역사 노란 옷을 입은 아이에게서 나온 이름 황색 저널리즘이라는 이름은 뜻밖에도 신문에 실린 만화 한 편에서 비롯되었습니다. (1) 풀리처와 허스트의 판매 전쟁조지프 풀리처(Joseph Pulitzer)는 1883년 뉴욕 월드(New Yor