



## 지역 언론의 구조적 악순환과 전략적 대안

**강주현** 부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 강사

**최창식** 부산대학교 교육인증원 강사

### Structural changes in local journalism and the future of local media

In-depth interviews with local newspaper journalists\*

**Ju Hyun Kang\*\***

Instructor, Department of Media & Communication, Pusan National University

**Chang shik Choi\*\*\***

Lecturer, Office for Education Accreditation, Pusan National University

As technology continues to develop and diffuse rapidly, drastic changes are taking place in various areas of our contemporary society, including the media environment and market. Local media, including local newspapers and local broadcasting stations are no exception to such change. In addition, as the traditional concept of locality, which is based on geographic space and boundary, evolves into a more multi-layered and complex concept of locality due to the development of transportation and communication technology, local media have been called on to newly establish the concept of locality in the changing media environment and required to seek their own way of survival and development. Beginning from this background, the current study conducted in-depth interviews with eight local newspaper reporters, including reporters from local newspapers and local correspondents of nation-wide newspapers. In the interviews with the reporters, the researchers asked several pivotal and probing questions, including those regarding the concept of locality they have in mind as local reporters, the meaning of the existence of local media, the current crisis and its causes surrounding their medium, and possible alternatives in their struggle for existence. After analysis, the researchers found that the interviewees from local newspapers are still sticking to the region-based traditional concept of locality and recognize themselves as chroniclers of local issues and history, advocates of the local people, and defenders of local interests against the central government. On the one hand, however, they confessed that the current local media crisis was caused not only by

---

\* 지역 언론의 발전을 위해 이 연구의 인터뷰에 적극 응해주셨던 부산경남지역 기자님께 감사의 말씀을 전합니다. 또한 좋은 논문으로 거듭날 수 있도록 많은 조언을 해주신 세 분의 심사 위원께도 감사의 말씀을 전합니다.

\*\* kmunhak@hanmail.net, 1st author

\*\*\* choics1@pusan.ac.kr, corresponding author

the external environment, such as increase of online news media, portal news, and breaking-news competition, but also internal problems, for example, the conservative atmosphere of their organization and internal resistance toward work environment changes. In addition, the interviewees suggested the necessity of crossover media production and deviations from existing practices. For example, newspaper companies need to have the ability to create and provide video content to their subscribers through different channels, such as YouTube, even though they have been known as newspaper companies through the decades in their respective regions. However, the researchers were not able to catch the recognition of neo-localism or hyper-localism, which have been suggested as new directions for the local media, from the interviewees. In summary, in order for the local media to overcome the current crisis and find a new way of survival and prosperity, it is recommended that they evolve their conception of locality into a multi-faceted one and become aware of new trends involving media localism.

**Keywords:** local journalism, locality, neo-localism, hyper-localism

# 1. 들어가며

기술의 발달로 미디어 시장이 격변하는 가운데, 신문과 방송 등 전통적 보도 매체들이 포털과 유튜브 등 온라인 매체들에 차츰 그 영향력을 잃어가고 있다. 특히 종이 신문 이용률이 지난 20여 년 동안 60% 이상 감소한 가운데(언론진흥재단, 2019a), 지역지는 생존 위기를 절박하게 경험하고 있다. 하지만 이러한 위기감은 발행 부수나 이용자 감소라는 단면적인 측면만 부각된 채, 무엇이 근본적인 문제이고 어떻게 그 해결 방향을 찾아야 할지에 관한 논의가 충분히 이루어지지 못하고 있다.

프랭클린(Franklin, 2008)은 신문의 미래에 관한 비관론과 낙관론을 소개하며 앞으로의 신문이 오락처럼 즐거움을 제공해야 하는지, 아니면 공문장 제공 같은 전통적 역할을 지속해야 하는지에 대한 의문을 던진 바 있다. 그는 일부 고급 일간지나 무료 신문을 제외한 종이 신문의 상당수가 판매 부수 감소와 광고 수익 악화로 경영상의 어려움을 겪을 것이며, 특히 지역지는 온라인 뉴스의 확산으로 인해 한층 더한 위기를 경험할 것이라고 우려했다. 이에 대한 해법으로 프랭클린은 지역지가 독자의 라이프 스타일을 감안하여 석간으로 전환하거나, 새로운 제작과 유통 기술을 적용하거나, 또는 시민의 제작 참여를 확대함으로써 지속적인 독자 확보를 할 수 있다고 주장했다.

이와 더불어 지역 언론이 그 존재의 의미로 오랫동안 천착해 온 전통적 지역성(locality) 개념이 변화하면서 지역지도 이에 상응한 변화를 할 필요성이 제기되어 왔다. 다시 말해, 교통의 발달과 소통신술의 확산이 불러온 탈공간화가 전통적인 지역성을 복합적이고 다층적인 개념으로 변화시킨 가운데, 지역지를 비롯한 지역의 언론이 생존을 위한 새로운 국면에 대응해야 한다는 것이다(강명현, 2005). 과거 지역 언론의 지역성 구현은 지리적·물리적 조건을 극복하기가 쉽지 않았기 때문에 특정 권역을 중심으로 지역민들에게 지역 내의 이슈와 관심사를 제공하고 이를 통해 지역민들의 가치나 이해를 두루 공유하는 것을 의미했다. 그러나 온라인으로 전세계와 실시간으로 소통할 수 있는 오늘날, 지리적 공간은 지역성을 설명하는 하나의 차원에 지나지 않는다(양선희, 2013). 즉, 지리적 경계를 넘어서 새로운 지역성을 인식하고, 그에 바탕해 지역 언론의 목표와 역할을 재설정할 필요가 있다.

물론 지역성과 그 개념의 변화, 그리고 지역 언론의 항배에 대한 분석과 제언은 그동안 드물지 않게 제시되어 왔다. 1990년대 중반의 지방자치제 부활과 지역 민영방송 태동 등은 지역성과 지역 언론의 책무에 대한 논의를 촉발하는 계기가 되었다(윤석민·김희진·윤상길·문태준, 2004). 그러나 이 무렵 진행된 지역 언론과 학계의 지역성에 대한 논의는 지리적 공간을 토대로

한 평면적 차원에 머물러 있었으며, 언론사가 위치한 지리적 권역 내의 거주민의 요구와 관심사에 얼마나 부응하는지가 주로 초점이었다. 2000년대 초반에 접어들어 그간 다루어온 지역성 개념이 과연 적절한 것인가에 대한 의문이 제기되면서, 몇몇 연구자들은 지역성을 재검토하고 다른 한편으로 그 이론적 지평을 확장시켰다(이근용, 2014). 예를 들어 사회적 공간으로서의 지역성(임영호, 2002a)이나 다층적 개념으로서의 지역성(조항제, 2009)이 그것이다. 다른 한편으로 일군의 연구자들은 지역 언론인들을 대상으로 변화하는 미디어 환경 속에서 지역성에 대한 그들의 인식과 관점, 그리고 이들이 생각하는 지역 언론의 현황과 미래는 어떠한 것인지를 실증적으로 탐구하였다(김영수·강경수, 2013; 김영수·강경수, 2014; 김영수·김연식, 2011; 김영수·이근용, 2010; 김영수·임종수, 2011; 김동윤·김성해, 2013; 문중대·안차수, 2013).

그러나 당시의 실증적 연구들은 지역 언론인들의 지역성 인식이 대체로 지리적 경계를 토대로 했던 시절에 머물러 있음을 지적한다. 지역 방송인들이 생각하는 지역은 방송권역과 다르지 않다거나(김영수·임종수, 2010), 지역의 관점보다는 전통적인 뉴스 가치를 좇는 경향(김동윤·김성해, 2013), 지역이라는 물리적 공간에 치중한 뉴스 콘텐츠들(윤영태, 2014)을 지적한 연구가 그러한 예다. 즉, 지역 언론인들은 미디어 환경 변화와 더불어 그들이 가지고 있는 지역성의 개념도 달라져야 한다는 것을 어렵듯이 인식하지만, 실천적으로는 아직 지리적 경계에 기반한 개념을 벗어나지 못한 것이다. 물론 하이퍼-로컬리티 등 생존을 위한 지역지의 치열한 노력(김영수·강경수, 2013), 단순한 지역 기반 사실 보도에서 벗어나 지역 내외를 아우르는 다양한 관점의 심층 보도(양선희, 2013) 등 지역지의 긍정적인 변화를 보고한 연구들도 없지 않지만, 그동안 논의되었던 새로운 지역성 개념은 아직 지역 언론에 충분히 스며들지 못한 것으로 여겨진다.

이 연구는 두 가지 목표를 가지고 다시 지역 언론을 살펴보고자 한다. 먼저 미디어 환경의 급격한 변화가 지역 언론에 미친 영향을 심층적으로 살펴보고자 한다. 중앙 언론에 비해 상대적으로 열악한 상황의 지역 언론은 온라인 생태계 속에서 생존의 위기에 내몰리고 있지만, 그에 대한 논의는 오히려 최근 충분히 이뤄지지 않고 있다. 이에 지역 언론이 직면한 위기를 구조적으로 살펴보고 그간의 학술적 공백을 채워보고자 한다. 더불어 이 연구는 기존 연구에서 제시되었던 지역 언론의 문제와 한계를 다시 한번 되짚어봄으로써 그간의 변화를 살펴보고 발전을 위한 제언을 하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 지역지 기자, 전국지 지역 담당 기자들과 심층 인터뷰를 수행하여 그들이 인식하는 지역성과 지역 언론의 존재 가치, 위기와 그 원인에 대한 인식을 알아보고, 어떤 대안을 생각하고 있는지 알아볼 것이다. 이어 그 결과를 바탕으로 지역 언론이 나아가야 할 방향성에 대해 논의하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 1) 지역성의 개념 변화와 지역 언론

‘지역(local)’은 다른 집단과 대별 될 수 있는 시대적·문화적 가치와 이해를 공유하는 사람들이 모여 사는 지리적 영역이라 정의할 수 있다(McCain & Lowe, 1990, p. 90). 지리적 경계에 바탕한 지역의 전통적 의미는 지역성에도 그대로 침윤되었고, 지역성은 본디 장소 또는 공간에 근거한 개념이었다. 따라서 초기의 지역성에 대한 사회적·학술적 접근도 지리적 공간을 단위로 하는 것이 보편적이었는데, 이는 생활과 문화 양식, 사회 및 정치 체제로 상징되는 지역, 민족, 국가를 구분하는 데 있어 지리적 경계가 우선적인 기준이 되어왔기 때문이다.

지역 언론의 지역성에 대한 논의도 오랜 기간 지리적 공간을 중심으로 전개되었는데, 언론 상품 혹은 콘텐츠의 생산·유통 및 판매가 대도시 중심의 지리적 시장을 중심으로 이루어지면서 그러한 경향은 더욱 고착되었다. 인구와 자원이 밀집한 대도시를 지역 언론의 중심지로 삼고 인접한 소도시나 지역들을 하나의 지리적 커머리지로 묶는 방식은 행정적 위계, 산업적·경제적 자원의 경로에 정보의 유통망을 일치시킬 뿐만 아니라 상대적으로 간편하게 한 지역을 지리적으로 공간화하고 지역성을 부여하는 방법이었다(안수근, 2018).

다른 한편으로 산업적·기술적 제약도 지역 언론의 지역성이 지리적 공간을 벗어날 수 없게끔 했다. 예를 들어 지역 신문은 인쇄 장소와 그를 중심으로 한 배포 범위라는 공간적 제약에 더해 소재지 및 그 인접지 주민들의 수요를 반영한 콘텐츠를 주로 생산하였기에 독자 시장의 범위 또한 그러한 지리적 경계에 국한될 수밖에 없었고, 광고 시장도 이와 마찬가지로였다(임영호, 2013). 이러한 산업적 측면에서 지리적 제한은 신문만의 문제가 아니었다. 방송은 전파의 도달 범위라는 기술적 제약마저 안고 있어 지리적 공간은 필연적인 고려사항일 수밖에 없었다(임영호, 2002a). 다시 말해 지역성에 대한 지리적 공간으로의 접근은 현실적인 제한 속에서 상대적으로 편리하면서 효율적인 방법으로 한 지역을 다른 지역과 구분 짓고 해당 지역민의 관심과 이해를 도모할 수 있도록 하는 토대가 되어왔다.

하지만 기술의 발달은 크게 두 측면에서 지리적 공간을 중심으로 한 전통적인 지역성의 개념에 균열을 불러일으켰다. 첫 번째 측면은 교통의 발달이 가져온 세계의 공간적 확장이다. 오늘날과 같은 이동 수단이 존재하지 않던 시절, 자신의 거주지를 떠나 먼 타지로의 여행은 쉽지 않은 일이었다. 그러나 도로와 자동차 등 운송 수단의 보급과 확산은 물리적 거리에 대한 부담을 낮춰주었고, 이와 더불어 다른 공간에 대한 심리적인 거리감마저 줄어들게 하였다. 두 번째 측면은 커뮤니케이션 기술의 발달로 인한 공간의 입체화다. 다양한 소통 매체의 등장은 사람들이 온

라인 등을 통해 지역이라는 공간의 구속에서 벗어나 관심사가 일치하는 다른 지역의 사람들과 자유롭게 정보를 공유하고 유대를 맺을 수 있게 만들었다. 즉, 물리적 경계로서의 지역은 이제 사람들의 공간적 인식을 규정짓는 여러 요건 가운데 하나에 지나지 않는다. 가령, 서울과 부산에 각각 위치한 사람도 두세 시간 내에 만날 수 있고 실시간으로 언제나 소통할 수 있게 되면서 지리적 거리와 경계는 더는 사람들의 공간적 거리감을 지배할 수 없게 되었다(노기영·이준복, 2017).

이렇듯 지역성 개념이 지리적으로 고립된 '공간'에서 벗어나 확장되면서, 연구자들은 지역성의 개념을 여러 가지 층위나 차원으로 구분하려 시도하였다. 예를 들어 조향제(2009)는 지역성은 가장 협소한 공간인 가정으로부터 국경을 초월하는 글로벌 단위까지 다양한 동심원적 층위를 이루고 있으며, 교통 및 소통기술의 발달로 이 층위들의 거리가 압축되고 있다고 말한다. 즉 지역성은 기존의 획일적인 지리적·행정적 지역 구분으로는 가늠하기 어렵고, 개인을 중심으로 한 상대적인 범위와 위상을 가진 다층적 개념이라는 것이다.

임영호(2002a)는 지역성에 대한 그간의 지역 언론 연구의 접근이 지리적 공간에 기반한 지역성에만 몰두해 있음을 지적하며, 행정구역과 인구, 그리고 권역을 바탕으로 한 지리적·도구적 지역성에서 벗어나 사회적 공간을 중심으로 한 지역성으로의 개념 전환을 주장하였다. 그에 따르면 지리적 경계로 구분된 지역이라는 공간은 '동질적인 실체'가 아닌, 여러 구성 요소들이 서로 영향을 주고받으며 때로는 갈등하고 때로는 융합하는 '복합적인 과정'이다(281쪽). 그래서 지역성은 지리와 사람, 정치와 경제, 사회와 문화 등 다양한 요인들 간의 관계가 중첩된 복합적 실체로, 지도 위의 선들에 기반한 기존의 개념으로는 지역성의 이러한 다면적인 성격을 이해하기 어렵다는 것이다.

이러한 사회적 공간으로서 지역성 개념(임영호, 2002a)의 대두는 중요한 함의를 가진다. 이 개념은 지역성을 지리적 공간과 더불어 그 속에 존재하는 여러 가지 사회적, 정치적, 경제적 관계가 서로 얽힌 가변적 실체로 보고 있다. 즉, 지리적 위치만을 고려 대상으로 했던 기존의 개념에서 벗어나 개인들의 사회적·문화적·경제적 관계와 공간이 입체적으로 중첩되는 공간을 '지역'으로 간주하는 것이며, 이러한 개념에서 지역성 구현은 그러한 공간을 공유하는 사람들의 이해와 관심을 대변하는 것이라 할 수 있다. 다시 말해 지리적인 권역 내에서 발생한 이슈로만 채운 신문은 지리적 지역성의 관점에서는 지역성 현현의 좋은 예가 될 수 있지만, 정작 그 이슈들이 지역민이 향유하고 있는 사회적 공간과 유리된 것이라면 그것은 복합적 개념으로서의 지역성과 동떨어진 것이다.

나아가 시공간의 압축으로 상징되는 디지털 미디어의 등장과 발전은 이러한 사회적 공간으

로서의 지역성에 자본과 정보가 흐르는 공간(space of flows)으로서의 개념을 더하고 있다. (Ali, 2016). 끊임없이 유동하는 것으로의 공간과 시간의 재개념화를 통해 디지털 미디어는 지리적 경계와 공간에 얽매인 전통적 미디어 기업의 급격한 퇴조를 불러왔고, 지역의 저널리즘 환경에도 심대한 영향을 미치고 있는 것으로 여겨진다. 즉, 다층적으로 확장된 사회적 공간으로 지역성 인식이 변화되는 가운데, 디지털화는 그것을 더욱 가속화하고 있다.

이러한 상황에서 그간 지역 언론이 사명으로 떠받들어 온 지역성에도 변화가 필요한 것이 아닌가 하는 의문은 필연적이다. 물론 이러한 새로운 '공간' 속에서 지역 언론의 방향에 대한 모색은 꾸준히 진행되어 왔다. 그러한 논의 가운데 주목할 만한 갈래는 새로운 개념에 기반한 지역성을 통해 공론장으로서의 기능을 회복하고, 나아가 지역 언론이 지역 민주주의에 기여하도록 해야 한다는 것이다. 일례로 던바-헤스터(Dunbar-Hester, 2013)는 로컬리즘(localism)을 다양한 집단의 담론이 중첩되는 유연한 경계들로 개념화했다. 그는 뉴스를 통한 지역 정보, 안전과 재난 정보, 문화적 콘텐츠 전달 같은 전통적 언론의 역할에 더해 다양한 집단의 요구와 필요를 충족시킬 수 있는 편성을 통해 공동체의 자율성을 강화할 것을 제안했다. 온라인 저널리즘 환경에서 로컬 뉴스의 역할을 살펴본 펴스톤(Firmstone, 2016)은 지역 미디어 관계자와 인터뷰를 통해 디지털 중심으로 뉴스 환경이 변화하더라도 지역 뉴스는 지역의 이슈에 관한 적절한 정보와 공중의 관점을 제공하는 역할과 더불어 민주주의 감시견의 역할을 지속해야 한다는 공통된 인식을 발견했다. 그러나 그는 이러한 전통적 역할 중심의 주류 로컬 미디어가 쇠퇴하더라도 다양한 사회집단의 관점이 투영된 시민 저널리즘 등 대안적 언론이 활성화되어 지역 언론의 공백을 메울 것이라 전망하였다.

한편 메이어(Meijer, 2010)는 변화하는 환경 속에서 과연 지역 미디어가 민주주의를 유지하고 사회적 통합을 이뤄내는 제도로 기능할 수 있는지에 주목했다. 네덜란드의 유력 지역 TV 방송인 AT5에 대한 수용자 조사를 통해 그는 시민들이 지역 방송에 대해 지역 정보나 지역민 및 문화 등에 대한 정보 제공과 같은 전통적 역할 수행과 더불어 특정 사회 그룹들에 대한 이해도 모, 일반 시민들의 대변, 사회적 통합을 통한 응집성 유도 등 다양한 사회의 스펙트럼을 포용하는 역할을 해주기를 기대하고 있음을 발견했다. 이러한 시민들의 기대는 방송사들의 프로그램 제작 동기에도 영향을 주고 있었는데, 지역 방송사들 역시 시민들의 이런 기대를 파악하고 그것을 충족시키기 위해 노력하고 있었다.

요약하자면, 기술의 발전은 지리적 경계에 기반한 전통적 지역성 개념을 확장시켰으며, 미디어의 발전은 확장된 지역성을 다시 다차원·다층적으로 분화시킨 것으로 여겨진다. 이러한 환경에서 지역 언론은 지리적 경계를 중심으로 한 수용자뿐만 아니라 다양한 층위와 사회적 집단의

필요와 이해에 대응하는 콘텐츠를 제작하고 전달할 필요성이 제기된다.

## 2) 로컬 콘텐츠 기획을 통한 지역 언론 위기의 해법

통신 기술과 교통의 발달로 인한 전통적인 지역 언론의 위기는 비단 한국만 겪고 있는 특수한 현상이라기보다 서구의 대다수 지역 언론들도 고민하는 전반적 추세에 가깝다. 하지만 이러한 구조적 변화가 반드시 지역 언론의 쇠퇴나 소멸을 의미하지는 않는다. 고긴 등(Goggin, Martin, & Dwyer, 2015)은 모바일 미디어의 보급과 이용이 확대되면서 역설적으로 지역성이 오히려 되살아나는 현상을 주목한다. 그들에 따르면 미국인의 절반가량은 디지털 기기를 통해 지역 뉴스와 정보에 접근하고 있는데, 디지털 미디어는 그 쌍방향적 속성을 바탕으로 이용자와 콘텐츠를 상호 구성(co-constructed)한다는 것이다.

상호 구성의 사례 가운데 하나는 위치 기반 서비스로, 이 서비스는 이용자들의 위치 정보를 수집하며 이용자가 머무는 지역의 정보와 뉴스, 그리고 광고를 제공한다. 예를 들어 구글의 <News Near You>는 수집된 이용자 위치 데이터를 활용해 이용자의 일정 반경 이내에서 벌어진 사건과 관련 정보 등을 제공한다. 특히 개인화 특성이 강한 모바일 미디어는 위치, 지역성과 사회적 관계, 장소와 연관된 문화적 의미를 만들어내며 미디어 소비와 공간을 함께 구성한다. 즉, 뉴스 제작자들은 지역 이슈를 전달하면서 입체적인 지역 정보를 전달하고, 이용자들은 자신이 가지고 있는 지역 정보와 의견을 공유하면서 미디어와 장소의 재맥락화가 이뤄진다. 이처럼 기술의 발달은 사람들에게 그들의 현재 공간에 적합한 정보를 제공함으로써 지역 뉴스의 가치를 높일 수 있다. 그래서 고긴 등은 지역 뉴스가 여전히 문화의 발전, 미디어, 새로운 장소 정보의 산업적 차원에서 충분한 잠재력이 있다고 주장한다(Goggin et al., 2015).

따라서 기술 발전과 그것을 활용한 다른 형태의 지역 미디어 출현은 지역 언론의 위협으로 귀결되는 것이 아니라 지역 언론의 또 다른 기회가 될 수 있다. 이러한 전망과 논의는 우리 지역 언론에도 유효하다. 변화하는 지역성 개념에 대응하여 지역 언론의 지역성에 대한 현실 인식과 향후 방안을 살피는 연구가 간간 드물지 않게 진행되었다. 지역성을 사회적인 공간, 입체적인 층위로서 접근한 이들 연구는 지리적 구분에 기반한 지역성을 비판하면서 한편으로 지역 언론이 눈여겨 볼만한 구체적인 방향성을 제시하였다.

박치완, 김기홍 그리고 신정아(2019)는 로컬 콘텐츠의 기획을 통해 지속 가능한 공동체 미디어를 제안하였다. 그들은 로컬 콘텐츠를 “특정 지역의 정체성을 드러내는 유희형의 문화적 자산”(19쪽)이라 규정하며, 그것이 지향해야 할 방향은 지역민의 삶을 매개할 뿐만 아니라 풍요롭게 할 수 있는 내용, 오랫동안 쌓여왔던 장소의 기억들을 들춰내는 것이라 말한다. 그 내용과 기

역들이 이야기의 옷을 입으면서 로컬 콘텐츠가 탄생하며, 그 속에는 지역을 바라보는 다양한 시선과 감성이 담겨있어야 한다고 말한다. 또한, 로컬 콘텐츠를 제대로 담아낼 수 있는 플랫폼을 선정하고, 지역 주민들과의 유기적 소통 속에서 로컬 콘텐츠를 선보일 것을 제안한다.

한편 로컬은 구체적 일상과 경험, 실천과 관계되어 있기에 고유성과 자율성을 가진 공간이라 할 수 있다. 따라서 지역성을 다양한 각도에서 재조명하고, 다시 공간의 중층적 재구성인 트랜스로컬(trans-local)을 통해 글로벌화와 국가 중심적 사고에 가려져있던 다양한 문제들을 드러내고 극복할 수 있다(이상봉, 2017). 이런 흐름에서 비판적 지역주의, 하이퍼-로컬리즘(hyper-localism), 신지역주의 등은 지역 언론을 활성화하기 위한 방안으로 최근 부각되는 논의들이다.

알리(Ali, 2016)는 미국, 캐나다, 영국 세 국가를 비교하며 신 맑스주의 건축가였던 케니스 프램톤(Kenneth Frampton)의 비판적 지역주의(critical regionalism)가 지역 언론의 지향점이 되어야 한다고 말한다. 그의 주장은 불균형적인 지리적 발전을 문제점으로 지적하며 보편성과 표준화를 지향하기보다 특정 장소의 고유한 특징을 살리는 방향에서 보편적 시민성을 살려야 한다는 것이다. 이는 각각의 장소가 역사, 행동, 관점, 맥락, 담론으로 구성되고, 지역성의 구현은 지역과 글로벌, 지리성과 사회적 관계 사이의 대화를 통해 이뤄지기 때문이다. 또한, 알리는 이런 측면에서 디지털 시대의 지역성이란 공간적 속성이나 사회적 취향에 따른 커뮤니티의 이분법적 구분보다 지역의 다양성을 바탕으로 확장된 담론이 이뤄져야 한다고 주장한다.

라오(Rao, 2011)도 미디어의 글로벌화가 지식의 생산과 분배에서 불평등을 초래하기 때문에 비판적 지역주의라는 패러다임을 통한 방안을 제시한 바 있다. 그는 네팔의 자낙푸르(Janakpur)주에서는 위성이나 라디오 방송 등을 통해 외부 세계와의 미디어 접촉이 활발하게 이루어짐에도, 지역민 고유의 정체성이 여전히 유지되는 것을 관찰하였다. 그리고 그러한 정체성의 배경에는 물과 환경을 주요 이슈로 다루는 지역지에 대한 지역민들의 지지가 있음을 발견하였고, 이러한 지역적 연대감이 지역민들의 문화적 정체성 형성에 주요한 역할을 하고 있음을 알아냈다. 즉, 외부와 지역 미디어의 다층적 혼재에도 불구하고 지역 미디어들은 지역 주민들을 연결하며 비판적 지역주의의 기능을 수행하고 있었던 것이다.

지역 언론을 활성화하기 위한 또 다른 방안으로 주목받고 있는 하이퍼-로컬리즘(hyper-localism)은 국경을 넘나드는 광역적인 지역성을 일컫는 글로벌리즘과 대척점에 있는 개념이다(김영수·강경수, 2013). '지역'에 대한 관점에 따라서 다소 다르게 정의되고는 있지만 단순하게는 기존의 지역 구분을 더욱 세분화한 개념이라 할 수 있으며, 마을이나 소도시 등 지리적으로 제한된 지역을 대상으로 한 온라인 뉴스나 콘텐츠 서비스를 일컫기도 한다(Radcliffe,

2012, p. 9).

신문과 방송은 설비 비용과 허가제도 등 진입장벽이 매우 높은 동시에, 장비와 인력의 유지와 콘텐츠 생산에 많은 자원이 고정적으로 투입되어야 하는 대표적인 고비용 산업이다. 지역 언론 또한 이러한 비용의 부담에서 예외일 수 없으며, 따라서 지역 내 최대한 다수의 독자와 시청자를 만족시키는 최소공배수 전략(한진만·박은화·정인숙·주정민, 2017)을 택할 수밖에 없다. 그러나 미디어와 통신 기술의 발달로 누구나 이러한 기술적·경제적 장벽을 회피하여 자신이 제작한 콘텐츠를 불특정 다수에게 배포할 수 있게 되었으며, 이는 한편으로는 지역 언론의 생존과 발전을 위한 하나의 대안으로 하이퍼-로컬리즘이 대두된 배경이 되었다. 하이퍼-로컬리즘은 지역이 가진 정체성을 보다 세분화하고 이를 바탕으로 독자와 시청자들의 지역적 콘텐츠의 선택성을 극대화하는 롱테일 전략과 부합하는 전략이다(Bergström, Strömbäck, & Arkhede, 2019; Cha, Kwak, Rodriguez, Ahn, & Moon, 2007).

하이퍼-로컬리즘 기반 미디어는 특정 지역에 근거한 뉴스 생산 조직이라는 점에서 전통적 지역 언론과 다르지 않다. 하지만 하이퍼-로컬 미디어는 이윤보다 지역 커뮤니티 형성을 목적으로 하며 공적 문제에 시민 참여를 북돋우는 역할을 할 수 있다(Chen et al, 2017; Hujanen, Lehtisaari, Lindén, & Grönlund, 2019). 예를 들어 시골 촌부의 일상이나 어떤 동네 혹은 마을 공동체의 관심사도(김옥한, 2015), 제작에의 참여를 통해 지역민의 시선과 주장을 오롯이 담은 콘텐츠도 하이퍼-로컬리즘의 사례가 될 수 있다(김송화·유종원, 2012). 기존 미디어가 하이퍼-로컬리즘의 구현을 통해 성공한 대표적 사례로는 영국의 틴들 뉴스페이퍼 그룹(Tindle Newspapers Ltd.)을 들 수 있는데, 틴들 그룹은 인수와 합병을 통해 지역 커버리지를 키우는 대신 기존의 커버리지를 더욱 잘게 쪼개는 소규모 지역 밀착 전략을 통해 영국의 10대 미디어 기업의 반열에 오르기도 했다(허완·정철운, 2013).

또한, 하이퍼-로컬리즘 기반 미디어는 지역의 민주주의를 발전시킬 수 있는 잠재성을 가지고 있다는 평가를 받기도 한다. 첸 등(Chen et al, 2017)은 미국의 여러 도시에서 미디어 전문가와 지역 정부 관계자를 인터뷰하여 하이퍼-로컬 미디어의 민주적 잠재성을 살펴보았다. 일부의 시의회는 하이퍼-로컬 미디어의 확산에 소극적인 태도를 보이며 그 정당성을 인정하지 않으려는 반응을 보였지만, 다수의 지역 정부와 지역 경찰은 지역의 신뢰를 끌어낼 수 있는 하이퍼-로컬 미디어에 대해 상당히 긍정적인 반응을 보였다. 전통적인 지역 미디어들 역시 하이퍼-로컬 미디어와의 콘텐츠 협력 등 지원을 아끼지 않았으며, 그 결과 정치과정에서의 시민들의 참여를 끌어올리며 하이퍼-로컬 미디어의 정치적 잠재력을 입증하기도 했다.

그러나 하이퍼-로컬 미디어들은 재정적인 측면에서의 한계를 지니고 있다. 커피우스 등

(Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010)은 사업적인 측면에서 지속 가능한 모델이 될 수 있는 지를 알아보기 위해 미국의 6개 도시에 있는 10개의 하이퍼-로컬 미디어를 분석하고 담당자들을 심층 인터뷰했다. 이들 미디어는 지리적으로는 좁은 지역을 커버하고 있었지만, 시민 저널리즘 등으로 전통적인 지역 미디어가 위축되며 발생하는 공적 보도의 갭을 채우는 동시에 다양한 유형의 콘텐츠를 통해 높은 신뢰도를 얻고 있었다. 그러나 이들 미디어의 재정적인 측면에서의 지속 가능성은 의문스러웠다. 하이퍼-로컬 미디어들은 선의의 지원자들(angels), 회원들(membership), 그리고 광고 등을 통해 재원을 마련하고 있었지만, 콘텐츠를 위한 비용 마련에서 한계를 절감하고 있었다.

이러한 맥락에서 기존의 지역 언론이 보유하고 있는 인력과 노하우, 장비는 하이퍼-로컬리즘 구현의 큰 자산이 될 수 있으며, 이를 잘 활용한다면 다양한 층위의 지역민을 지역 뉴스 이용자로 흡입할 수 있을 뿐만 아니라 시민 참여를 바탕으로 민주적 잠재성을 구현할 수 있다. 그러나 지역 언론이 지리적 개념으로서의 지역성에 계속 천착한다면 앞으로도 생산될 수많은 하이퍼-로컬리티 콘텐츠들과의 경쟁에서 더욱 불리한 위치에 놓이게 될 것이다.

지역 언론을 활성화하기 위한 또 다른 대안 역시 존재한다. 경제 논리에 따라 지역 방송도 네트워크 체제를 구축하여 규모의 경제를 실현하여, 생존의 문제를 떨쳐내고 자본의 영향으로부터 벗어나는 방법이 있다. 일례로 톨먼 등(Thurman, Pascal, & Bradshaw, 2012)은 영국의 사례 연구를 통해 대규모 상업 자본의 지역 미디어 진출이 지역의 사회적 네트워크, 지역의 정치 참여, 지역의 시민 저널리즘을 증가시킬 수 있다고 말한다. 그들은 데일리 메일 & 제너럴 트러스트(Daily Mail & General Trust)가 소유한 상업적 지역 뉴스 네트워크 가운데 비드포드(Bideford) 등 4개 지역의 '로컬 피플(Local People)' 사이트를 내용 분석했다. 이를 통해 그들은 대형 미디어 기업이 된 영국의 상업적 지역 뉴스 네트워크가 규모의 경제를 통해 지역적 정체성이나 지역 활동을 활성화하고 있음을 확인하였다. 한편, 챔버스(Chambers, 2012)는 미국의 미디어 소유권 규제 여부가 지역 내 뉴스의 다양성에 어떻게 영향을 미치는지 분석했는데, 1972년 이래 지역 신문 소유자의 수는 79% 감소했지만, 지역 TV방송 소유자는 같은 기간 약간이나마 증가했음을 발견했다. 이러한 상반된 결과는 지역 언론 시장에서 미디어 소유권의 제한이 완화된 후, 영세한 지역 TV방송들이 프로그램 공유 계약을 바탕으로 규모의 경제를 이뤄낸 것과 무관하지 않다. 또한 소유 규제를 완화한 이후 TV에서의 지역 콘텐츠 방영은 1972년에서 1998년 사이 33% 증가하였는데, 외형적으로는 오히려 규모의 경제가 지역적 다양성을 증가시키는 현상으로 이어졌다.

이의 연장 선상에서 지역 언론의 위기에 대한 하나의 방안으로 제시되고 있는 것이 신지역

주의(neo-localism)다. 신지역주의는 공간의 개념이 사회·문화적으로 확장되고 글로벌 단계에 이르기까지 증화되면서 등장한 개념으로, 지역을 단순히 지리적·경제적으로 구분된 공간으로만 인식하는 것이 아니라 구성 요소들이 역동적으로 관계를 맺고 상호작용하는 장으로 간주한다(Das, 2004). 따라서 신지역주의는 지리적인 근접성을 배제하는 것이 아니라 그것에 기반해 있는 다양한 주체들이 자발적으로 소통하고 협력하여 지역적 자원의 활용을 극대화하고 이를 통해 혁신과 발전을 이루어내는 전략이라 요약할 수 있다(김영수·임종수, 2010). 물론 신지역주의가 지리적 근접성을 기반으로 하고 있기에 기존의 지리적 지역성 개념과 크게 다를 것이 없다는 비판도 가능하다(김영수·강경수, 2013). 하지만 지역언론으로서의 지역의 개념적 정의를 새롭게 하고 이를 바탕으로 기존의 제한된 지리적 영역을 벗어나 인접 지역 언론과의 네트워크화, 지역 내 역량 있는 기업 또는 콘텐츠 제작자와 협업, 지역민들의 요구와 제안을 능동적으로 수용하고 제작에 반영하는 시스템을 구축하는 등 다양한 방법으로 신지역주의를 통한 지역성 구현을 시도할 수 있다.

그럼에도 신지역주의가 변화하는 언론 환경 속에서 지역성 구현을 위한 하나의 프레임으로 작동하기에는 아직 미흡한 점도 없지 않다. 김영수와 임종수(2010)는 심층 인터뷰를 통해 지역 방송인들이 신지역주의 전략에 대해 가지고 있는 인식을 살펴보았는데, 지역 방송 종사자들은 여전히 지역과 방송권역을 동일시하고 있으며 지역의 개념을 확장하거나 지역 내 자원 활용을 극대화하는 데 있어 소극적임을 발견하였다. 더불어 이들은 지역성 구현을 위해서는 더 많은 인적·물적 자원이 필요하다는 지역 방송인들의 주장을 통해 지역 사회 변화의 주체가 되어야 할 지역 방송이 오히려 관찰자의 자세를 견지하며 소극적 태도를 보이고 있음을 비판했다. 즉, 신지역주의 기치 아래 시민과 기업, 그리고 관(官)은 지역에 대한 새로운 개념을 바탕으로 서로 협력하고 각자가 가진 자원의 공유를 통해 지역의 발전을 도모하려 노력하고 있지만, 지역 언론만은 지리적 지역성이라는 프레임에 갇혀 혼수만 두고 있음을 지적한 것이다.

이상과 같이 변화하는 지역성과 미디어 환경 속에서 지역 언론의 활로로 제시되고 있는 몇몇 방안을 논의했지만, 이들은 오늘날 지역 언론의 현실과는 다소 동떨어진 것일 수도 있다. 나라 및 지역마다 미디어 환경이 차이가 있고, 물질적·환경적 기반이 다르기 때문이다. 비판적 지역주의나 하이퍼로컬리즘의 경우 지역성을 살리고 연대의 의미를 살릴 수 있겠지만, 동질성이 부족한 측면도 있는 만큼 확장성에서 의문이 들 수밖에 없다. 신지역주의 역시 많은 자본과 이용자를 확보해야 하는 현실적 문제가 존재한다. 따라서 오늘날 우리 지역 언론이 처한 상황을 면밀하게 살펴보고 어떠한 대안이 적합할 수 있을지를 탐색하는 것은 의미 있는 작업이 될 것으로 생각된다.

### 3. 연구 문제와 연구 방법

#### 1) 연구 문제

오늘날의 미디어 환경 변화는 지역의 물리적 경계, 공간적 거리, 사회적 관계를 변화시켰을 뿐만 아니라 지역 언론의 위상에도 영향을 미쳤다. 이 연구는 이러한 저널리즘 환경에서 지역성의 의미와 가치를 부산·경남 지역 언론사 기자들과 전국지 지역 담당 기자의 심층 인터뷰를 통해 살펴보고자 한다. 먼저 이 연구는 현재의 매체 환경 속에서 지역 신문 기자들이 생각하는 지역 언론의 존재 가치를 알아보고자 한다. 이를 통해 그들이 가진 지역성에 대한 인식이 어떠한지, 또 그들의 기능과 역할이 변화하는 지역성 개념과 부합하는 것인지 살펴보고자 한다.

이어 그들이 생각하는 지역 언론의 위기는 어떠한지 그것의 내·외부적 원인을 파악하고자 한다. 더불어 지역 신문 기자들이 생각하는 지역 언론의 위기 극복 방안은 무엇이 있는지를 알아볼 것이다. 이 과정을 통해 지역 언론이 당면한 작금의 문제를 이해하고 원인을 진단하며, 나아가 앞서 논의한 바 있는 몇몇 지역 언론의 활로를 위한 방안에 대한 그들의 현장 인식을 고려하여 지역 언론 발전을 위한 담론을 모색하고자 한다.

한편 그간의 지역 언론에 관한 다수의 연구는 지역 언론사 소속 기자들만을 대상으로 수행되어온 것이 사실이다. 그러나 전국 매체에 소속된 지역 담당 기자들 또한 지역의 언론 기능을 담당하는 한 축이 되어 왔기 때문에 이들의 지역과 지역성에 대한 인식도 더불어 살펴볼 필요가 있다. 지역 언론사 기자들이 대체로 지리적 권역에 토대를 둔 지역성 개념을 가지고 있다고 가정할 때, 전국 매체의 지역 담당 기자들이 가지고 있는 지역성 개념은 지역 언론사 기자들의 그것과 상대적으로 어떠한 공통점과 차이가 있는지 살펴보고자 한다. 이러한 질문들을 통해 지역 언론이 현재 가지고 있는 지역성에 대한 인식을 살피고, 나아가 언론 시장에서 다른 층위에 위치한 전국지 지역 담당 기자들의 그것과 비교함으로써 지역 언론의 현실과 지향해야 할 바에 대한 좀 더 실질적인 제언이 가능할 것으로 생각된다. 이에 다음과 같이 연구 문제를 설정하였다.

**연구 문제 1.** 지역의 언론인들이 생각하는 지역 언론의 존재 이유는 무엇인가?

**연구 문제 2.** 지역의 언론인들은 지역 언론의 지역성을 어떻게 인식하고 있는가?

**연구 문제 3.** 지역의 언론인들이 말하는 지역 언론의 구조적 문제는 무엇인가?

**연구 문제 4.** 지역의 언론인들이 생각하는 지역 언론의 위기 극복 방안은 무엇인가?

## 2) 연구 방법

연구 대상이나 현상을 가까이서 직접 관찰하는 질적 연구는 사람들이 처한 사회적 상황과 그에 대한 행위의 본질을 이해하고자 하는 시도라 요약할 수 있다. 이를 위해 연구자는 관찰의 대상으로부터 진술을 얻을 수 있는 적절한 주제를 찾아 그들의 시각에서 해당 주제를 바라보고 이해한 후, 다른 자료들과 함께 이를 해석하고 논하는 것이 필요하다(Jankowski & Wester, 1991/2004, 66-68쪽). 이러한 맥락에서 이 연구는 변화하는 매체 환경 속에서 지역 언론인들이 생각하는 지역 언론의 위기와 그 현황을 진단하고 그 본질을 파악하고자 심층 인터뷰를 연구 방법으로 선택하였다.

심층 인터뷰는 인터뷰 대상자들의 “생생한 경험과 그 경험으로부터 만들어내는 의미를 이해”함으로써 사회적 현안에 대한 통찰을 얻을 수 있게 한다(Seidman, 2006/2009, 31-34쪽). 이 연구 역시 지역 언론이 당면한 문제, 각 이슈에 대한 관점, 해석 등을 지역 언론 기자들의 생생한 경험을 중심으로 파악하고자 했다. 그것을 바탕으로 지역 언론이 당면한 문제 상황을 사회적으로 재구성할 때 심층 인터뷰 조사 방법은 적절한 접근법이 될 수 있다(Gläser & Laudel, 2009/2012).

심층 인터뷰 대상자는 부산·경남 지역의 지역지(경남도민일보, 경남신문, 경남일보, 경상일보, 부산일보) 기자 6명과 전국지(동아일보, 한겨레)의 부산, 경남 지역 담당 기자 2명이었다(〈Table 1〉 참조). 이들의 섭외는 연구자의 지인을 통하거나 부울경 언론노조의 도움을 얻어 ‘스노우볼(snow ball)’ 방식으로 이루어졌다. 연구자들은 2019년 10월에 먼저 이들 가운데 1명에 대한 파일럿(pilot) 인터뷰를 실시, 지역 언론의 현황과 관련한 주요 쟁점을 수집했다. 이어 2020년 1월부터 2월까지 4명에 대한 인터뷰를 수행, 지역지 기자들의 지역 언론 위기에 관한 문제 인식을 파악하였다. 그리고 2020년 7월부터 9월까지 지역지 기자, 전국지 지역 담당 기자의 추가 인터뷰를 통해 수집된 대상자들의 진술을 다시 정리하고 해석하였으며, 전국지 지역 담당

Table 1. Description of Interviewees

| Type of media         | pseudonym | Area of report       | Age group | Years in career (approx.) |
|-----------------------|-----------|----------------------|-----------|---------------------------|
| Local daily newspaper | A         | General news         | Mid 40s   | 20                        |
|                       | B         | General news         | Early 50s | 30                        |
|                       | C         | Politics, local news | Late 40s  | 20                        |
|                       | D         | Digital news         | Late 40s  | 23                        |
|                       | E         | Local press union    | Late 40s  | 20                        |
|                       | F         | Local news           | Mid 40s   | 20                        |
| Nat'l daily newspaper | G         | Local news           | Early 40s | 10                        |
|                       | H         | Local news           | Early 50s | 25                        |

기자들의 지역 언론에 대한 관점과 이해를 지역 언론 기자들의 그것과 비교했다.

연구자들은 심층 인터뷰에 앞서 이메일이나 SNS 등을 통해 대상자들에게 간략한 질문지를 미리 전달하였는데, 제시된 주요 질문에는 “주된 지역 보도 유형과 내용”, “지역 보도의 과거와 현재 차이”, “주목받거나 소외되었던 지역 보도”, “지역 보도의 영향력”, “편집권 영향 요소”, “지역 언론의 발전 아이디어” 등이 포함되었으며, 대부분의 인터뷰 참여 기자들은 사전에 이러한 질문들에 대한 대략적인 답변을 준비해 왔다. 그러나 심층 인터뷰에서 중요한 것은 “연구 참여자가 말하는 것을 따라가야 한다는 것”(Seidman, 2006/2009, 174-175쪽)으로, 실제 인터뷰는 사전 질문들을 이용한 방향적(directive) 질문으로 시작, 점차 그들이 중요하다고 생각하거나 관심을 두고 있는 사안이나 분야에 대해 자유롭게 편하게 이야기 할 수 있도록 비방향적(non-directive) 질문으로 진행되었다. 이 과정에서 연구자는 필요에 따라 추가 질문(probing)을 통해 그들의 진술을 구체화하고 확인하였다.

인터뷰 시간은 인터뷰 대상 기자들의 스케줄, 라포(rapport) 형성을 위한 시간적 여유, 그리고 진술 내용의 범위와 분량에 따라 각각 달랐는데, 짧게는 약 1시간가량에서 길게는 식사 시간을 포함하여 6시간까지도 이어졌다. 심층 인터뷰의 모든 내용은 대상자의 사전 동의를 얻은 뒤 녹음되었으며 인터뷰가 끝난 후 이를 녹취록으로 작성하였다. 그리고 연구자들은 이 녹취록을 반복해서 읽으며 진술을 유형화하고 분석하였다.

인터뷰의 분석과 결과에 대한 논의 과정에서 중요한 것은 수집된 진술의 타당성 혹은 신빙성을 확인하는 것이다. 이를 위해서는 다양한 자료와 방법들, 다른 연구자들의 논의와 이론 등 타당한 증거를 충실하게 확보하여 대조하는 과정이 필요하다(Cresswell, 2007/2010). 그래서 이 연구는 연구 결과를 서술하며 진술의 맥락과 관련한 연구 문헌, 언론 보도, 집계 자료, 다른 시각의 교차 확인 등을 통해 분석 내용의 타당성을 확보하고자 했다.

## 4. 연구 결과

### 1) 지역 언론의 존재 가치

요즘 같은 글로벌 시대에 지역 언론이 굳이 필요할까? 온라인 공간에서 전국의 소식을 곧바로 알 수 있는데, 지역 언론이 존재할 이유가 있을까? 지역 언론의 뉴스를 보지 않고도 지역 시민들이 불편함을 못 느낀다면 지역 언론의 존재 가치는 무엇일까? 어쩌면 경쟁력 있는 콘텐츠를 갖춘 전국권 언론사라도 충분하지 않을까? 이런 의문에서 연구자는 지역지 기자들에게 왜 지역 언론이 필요한지를 질문했다.

지역 언론사의 E 기지는 지역성을 지역의 정치, 경제, 사회, 그리고 문화라고 말했고, F 기지는 “우리 독자는 우리 취재 권역 내에 있는 사람들”이라는 표현을 했다. 중앙 언론사의 지역 담당 기자 G는 지역성을 지역민의 삶, 지역 정치나 경제, 지역 비전이라고 말했다. 이들 기자 모두 두 지역을 전통적인 지리 개념으로 바라보았고, 지역 언론 또한 그러한 지역성을 갖춘 언론이었다. 지역의 취재 기자들은 이러한 지리적 개념의 지역성에 근거해서 지역 언론의 존재 이유를 지역의 기록자, 지역민의 대변인, 지역 이해의 수호자로 설명했다.

### (1) 누가 지역을 기록하는가: 지역의 ‘사관(史官)’

지역지 기자들은 자신들이 아니면 누가 지역에서 발생하는 일들을 찾아다니며 기록하겠느냐며 되물었다. E 기지는 전국지가 매일 36면에 350여 건의 기사를 실어도 우리 지역 관련 기사는 서너 건에 불과하지만, 지역지는 24면이라도 지역 기사가 200여 건이나 실린다고 말한다. 지역지는 필연적으로 지역에 관심을 가질 수밖에 없으며(F), 지역 언론이 사라지면 지역에 대한 기록도 사라질 수밖에 없다는 논리였다. 또한 지역지 기자들은 지역 언론이 사라지면 지역민의 시각과 기억을 발굴하지 못할 수 있다고 주장한다. A 기지는 일본 어느 지역 마을 공동체가 같은 지역 역사학과 학생들과 협력, 특산 술에 지역의 역사를 결합하여 전국적인 상품으로 만든 과정을 떠올리며 지역 언론이 바로 그러한 역할을 할 수 있다고 이야기했다.

뉴스의 흥수 시대라고 하지만, 지역 소식을 오히려 더 찾기 어려워진 상황에서 지역 언론마저 지역의 기록자 사명을 저버린다면 지역 사람들의 경험과 생각은 더는 보존되거나 확장될 수 없다(C). 이명수(2017)는 개체성, 개별성, 역동성을 통해 장소와 그 안의 대상 또는 사물들의 관계를 살피는 것이 사람들이 남기는 흔적에 접근하는 방법이라고 했다. 하지만 그 장소를 상대적으로 외지거나 낙후되었다는 이유로 우리 인식에서 배제한다면, 지역의 개별성과 역동성은 사장(死藏)되고 나아가 그 지역의 문화와 유산마저 버리는 것이라고 주장한다. 이러한 맥락에서 지역 언론은 지역의 관점에서 공식적, 비공식적으로 역사와 문화, 경험과 기억을 기록할 수 있는 수단이 될 수 있고, 이렇게 축적된 자산은 지역뿐만 아니라 지역을 초월해서 활용될 수 있다.

### (2) 이 지역에도 사람이 살고 있다: 지역민의 대변자

이른바 ‘전국’ 매체들도 각 지역에 담당 기자를 두고 지역 이슈를 보도한다. 하지만 C 기지는 중앙 언론의 보도나 포털 뉴스에서 엿볼 수 있는 서울 중심적 시각을 비판한다. 가령, 어촌 지역에서 지역민들에게 날씨란 매우 중요한 정보지만, 전국 매체의 날씨 보도는 서울 위주라는 것이다. 또한, 어떤 기지는 전국지의 지역 담당 기자들이 지역의 문제나 애로점을 찾고 개선하려는 노력이 부족

하다고도 지적한다(B). 즉 지역 내 특정 지점에서 사고가 자주 발생하더라도 전국 매체는 ‘큰 문제만 다를 뿐, 이런 문제의 본질을 찾아내 쟁점화시켜 개선하는 방향으로 나아가지 못한다’는 것이다.

A 기사는 지역 언론이 없으면 창원의 스타필드 이슈처럼 누가 지역의 관점에서 지역 의제를 설정할 수 있는지를 반문했다. 신세계 그룹 계열사 스타필드가 창원의 어느 군부대가 떠난 자리에 대형 유통 복합물 건립계획을 밝혔을 때, 교통 혼란과 지역 상권의 위협을 제기한 것은 지역 언론뿐이었다는 것이다. 물론 전국 매체가 창원의 스타필드 이슈를 외면하지는 않았다. 비록 시의원의 문제 제기를 인용한 형태였지만 연합뉴스도 이 문제를 보도했으며(이정훈, 2020, 9, 22), 오마이뉴스도 시민단체와 소상공인 단체들의 지역 상권 피해 우려를 전했다(윤성호, 2018, 8, 1). 다만 이 사안의 문제점을 처음 제기하고 공론화 한 것이 지역 언론임은 분명하다. 경남신문은 창원 경제정의시민실천연합의 주장을 근거로 스타필드가 지역 상권을 위협할 수 있다는 첫 보도를 내보낸 뒤 지역 상권 침해 문제를 후속 보도를 통해 본격적으로 제기했다(이슬기, 2017, 4, 26). 이 과정에서 뉴시스와 연합뉴스, 노컷뉴스 등 전국 매체들도 보도를 통해 지역의 우려와 비판적 시각을 전달하였지만(예: 강경국, 2017, 6, 5), 창원 스타필드에 대한 비판적 여론을 앞장서서 확산시키고 공론화한 것은 지역 언론이었다.

C 기사는 지역 언론만이 지역민들의 불편함을 단신이 아닌 지속적 보도로 다룰 수 있다고 주장했다. 진주 의료원 폐쇄 이후 큰 병 치료를 위해 서울로 가야 하는 서부경남 지역민들의 어려움을 지역 언론만이 꾸준히 말하고 있다는 것이다. 물론 뉴스 가치에 대한 판단은 매체마다 다를 수 있지만, 지역 언론의 기자들은 지역민의 생활과 밀접한 사안들을 지역 언론만이 문제제기하고 지속적으로 다룰 수 있다고 지적한다.

### (3) 중앙 언론의 프레임에 대항하라: 지역 이해의 수호자

최낙진(2004)은 2003년 방사선 폐기물 처분시설 설치 문제에 관한 중앙 정부와 지역 언론의 갈등 프레임을 분석한 바 있다. 이 연구에 따르면, 해당 시설의 설치를 반대했던 광주일보와 매일신문은 중앙 정부 대항 프레임을 구성하며 ‘핵폐기’라는 용어를 자주 사용한 반면, 이 시설의 유치를 통해 지역 발전을 희망했던 전북일보는 경제효과를 중심으로 뉴스 프레임을 구성했고 ‘핵폐기’ 대신 ‘방사성/방폐장’이라는 주제어 사용을 늘려갔다. 이들 지역지의 뉴스 프레임 비율은 시설 설치에 따른 정부의 편익 제공 발표에 따라 달라지며 지역의 이익을 대변한 것으로 나타났다.

지역지의 어떤 기자들은 지역 언론이 지역 문제에 관해 지역 시민의 시각과 이익을 중심으로 중앙 언론의 프레임에 대항하는 역할을 한다고 생각했다. 즉 전국권 매체들이 어떤 사안에 대한 지역 주민의 여론을 지역 이기주의로 몰아가는 프레임을 형성할 때 지역 언론은 지역민의 입

장에서 필요한 논리와 적절한 근거를 공론화하며 대항 프레임을 만든다는 것이다. 가령, E 기사는 동남권 신공항 입지를 두고 부산·경남 지역과 대구·경북 언론의 주장이 엇갈리는 가운데 두 지역의 언론들은 안정성과 경제성, 지리적 근접성을 따져가며 서로가 주장하는 입지의 적절성을 논했지만, 전국 매체들은 이러한 보도를 지역 이기주의로만 몰아갔다고 비판했다. E 기사는 중앙 언론들이 동남권 신공항의 건설이 인천공항의 동북아 허브화를 위협한다고 보도했지만, 지역 민들이 항공편을 이용할 때 수도권에 거주하는 사람들보다 시간과 비용을 더 들여야 하는 문제점에 관심을 기울인 적 없었다고 주장했다. 그래서 지역의 숙원 해결을 위해서 중앙 정부의 도움이 필요할 때, 이를 위한 여론을 조성하는 것은 지역 언론의 책무이며(E), 이 과정에서 지역의 시각으로 사안을 해석하고 이야기하는 것은 지역 이기주의가 아니라 필연적이라는 것이다(F). 밀양 송전탑 건설을 놓고 중앙 정부와 지역 주민이 갈등할 때 지역 언론이 먼저 지역 주민의 시각에서 자료와 논리를 제공하는 역할을 했으며(A), 지역 주민의 합리적인 의사가 제대로 반영되는 진정한 풀뿌리 민주주의를 위해서는 지역 언론이 일종의 ‘공공재’라는 정부 인식이 필요하다는 주장(D)도 지역 대변자로서 지역 언론의 위치를 생각하게 한다.

한편 중앙 언론의 지역 담당 기자들도 그들이 판단하는 지역의 뉴스 가치나 접근 프레임이 지역 언론과 다를 수 있다는 점을 인정했다. 지역에 관한 기사의 양도 현저하게 차이가 났을 뿐만 아니라 뉴스 가치 역시 지역 언론과 크게 다르다. 중앙 언론의 지역 담당 기자는 정치, 사회, 경제, 행정 등 다양한 분야를 망라해 취재하는 까닭에 각자의 취재 분야와 지면을 가지고 있는 지역 기자들과 뉴스 가치의 판단 기준이 다르며(H), 전국적으로 관심을 가질만한 사안에 가장 비중을 둔다고 말했다(G). 즉, 지역민들에게 국한된 사안과 이해관계는 전국 매체가 우선시하는 뉴스 가치가 아니라고 볼 수 있다.

이와 같은 전국지와 지역지의 보도 차이는 중앙 정부의 정책 보도에서도 발견할 수 있다. 지역지들은 정부 부처 등에 담당 기자를 배치하고 지역 관련 정책 정보를 취재·보도한다. 환율 정책 등은 전국지가 상세히 보도하기 때문에 굳이 지역 매체가 취재하지 않을 수도 있지만, 지역 경제와 밀접한 부동산 등의 정책 기사는 꼭 보도해야 한다(E). 한 지역 언론의 기자는 지역 언론이 이러한 경제 이슈 외에도 여러 이슈를 지역의 이해득실 관점에서 다루고 해석하는 것이 당연하다고 말한다(F). 이처럼 지역 취재 기자들은 전국 매체와 지역 언론 사이에는 지역 사안에 관한 뉴스 가치 판단과 프레임에 어떤 경계가 존재하며, 지역 언론의 기자들은 그 경계를 지키고 대변하는 것이 지역 언론의 역할이라고 말한다.

## 2) 지역 언론의 위기와 그 원인

지역지 기자들은 지역 언론의 위기를 초래한 요인들에 대해 외부적으로는 지역 경제의 쇠퇴, 포털 중심의 뉴스 유통 환경 재편 등을 꼽았다. 그 결과 지역 언론은 점차 경영난이 심화되며, 콘텐츠의 질은 떨어지고, 다시 뉴스 이용자들로부터 외면 받는 악순환이 반복된다는 주장이다. 하지만 어떤 기자들은 외부적·환경적 요인이 지역 언론 위기의 큰 변수임에 틀림없지만 지역 언론사 내부 요인에 대한 성찰도 필요하다고 지적한다.

### (1) 지역 언론 위기의 외부 요인 1: 지역 경제의 위축

지역 언론의 경영 여건은 줄곧 '호립'이다. 한국언론진흥재단(2019b)의 연감에 따르면 2018년 기준 부산의 국제신문의 자본금은 -128억여 원, 대구의 매일신문은 -96억여 원으로 자본 잠식 상태다. 또한 같은 해 매일신문(17억여 원), 광주일보(3억여 원), 경남신문(2천만 원) 등은 당기 순이익을 기록했지만, 부산일보(68억여 원), 국제신문(47억여 원), 경인일보(20억여 원) 등 적자를 기록한 곳이 더 많다. 지역 방송 역시 상황이 다르지 않다. MBC 지역 계열사 16군데 모두 적자를 기록했으며, 그 폭도 이전 해인 2017년보다 더 커졌다. 지역지 기자들이 토로한 자사의 경영난과 그 체감 수준은 심각했다. A 기사는 자사의 누적된 적자로 자사가 금융 거래조차도 쉽지 않은 형편이라고 했다. 이러한 상황에 대한 배경으로는 우선 지역 불균형 발전과 지역 경제의 쇠퇴를 들 수 있다. B 기사는 지역의 큰 광고주인 건설업이 침체되고, 자영업마저 어려운 환경에서 지역 언론에 광고할 업체를 찾기가 점차 어려워졌다고 말했다. 게다가 지역 인구의 유출과 고령화로 인해 감소한 구독자 숫자는 다시 광고 매출의 하락 요인이 된다.

녹록치 않은 경영 환경은 지역 언론 보도의 품질과도 연결된다. 지역지 기자들은 경영이 그나마 안정되었던 2000년 무렵의 뉴스 콘텐츠 질이 현재보다 높았다고 입을 모았다. B 기사는 과거 동료 기자들이 발품을 들여 어렵게 인터뷰를 하고 기사 작성에도 큰 노력을 기울여 한 달에 한두 건 정도의 특종을 터트렸지만, 현재는 그럴 인력도 지원도 없어 보도 자료 수준의 기사를 출고하는 실정이라 털어놓았다. A 기자도 2000년대 초반에는 편집국 인원이 120여 명에 달했으나, 매출이 줄고 인력 수급마저 어려워지면서 70여 명으로 줄어든 취재편집 인력만으로는 보도의 질을 유지하기 어렵다고 말했다. 즉, 지역지 기자들은 보도 품질 하락의 원인으로 열악한 지역 언론의 경영 환경을 지목하고 있었다.

지역 언론의 경영난은 한 언론 기업의 곤란에 그치는 것이 아니다. 지역 경제가 기울면서 지자체가 지역 언론의 최대 광고주가 되었고, 지자체로부터의 광고나 이벤트 협찬은 생존 수단이 되었다. 언론의 중요한 임무 가운데 하나가 감시견의 역할이지만 이러한 경영 환경에서 지역 언

론이 지역의 공공 기관과 의회를 비판하는 것은 결코 쉬운 결단이 아니다. A 기사는 전임 지자체장 시절 지자체에 대한 비판 기사를 쓴 후 5년 동안 해당 지자체로부터 광고를 받지 못했는데, 그 기간 자사의 경영 부담이 상당했다고 털어놓았다. B 기자도 지자체의 행정과 정책, 예산에 대한 비판성 보도의 강도가 보도 자료 수준을 넘을 수 없는 이유가 지역 언론의 경영과 무관하지 않다고 지적한다. 지역 언론의 주요 기업에 대한 비판 역시 쉽지 않다. C 기자는 과거에 가감 없이 산재 사고를 보도했지만, 어느 순간부터 이런 보도에서 기업명을 이니셜만 쓰게 되었고, 어떤 경우에는 사회면에서 취급하기 어렵다고 말했다. 지역 언론의 경영 환경이 어려워지면서 지역 언론의 지자체나 대기업에 대한 직접적 비판은 조심스러운 일이 되었고, 비판 강도 역시 낮아졌다.

윤주성과 이오현(2011)은 지방정부나 자치단체장이 다양한 형태로 지역 언론을 통제하고 있다는 점을 지적한 바 있다. 지방정부가 광고 예산과 사업 등을 이용하여 지역 언론사 시주와 유착한다거나, 지역 언론사와 언론인을 차별적 대응이나 포섭을 통해 통제한다는 것이다. 이 연구에 참여한 기자들 역시 광고 중단과 같은 노골적인 대응의 경험 토로와 정책 기사가 보도 자료 수준에 지나지 않는다는 자평을 통해 지역 언론인으로서의 자괴감을 엿볼 수 있었다.

## (2) 지역 언론 위기의 외부 요인 2: 포털의 뉴스 유통 시장 장악

포털 중심의 뉴스 유통 환경 변화는 지역 언론 위기의 중요한 원인으로 지목되었다. A 기자는 온라인 저널리즘 환경에서 뉴욕 타임즈의 성공이 모범 사례로 거론되지만 미국과 환경이 판이한 우리 지역 언론 시장은 다른 각도로 접근해야 한다고 주장했다. A 기자의 말처럼 미국과 한국의 언론 시장, 특히 뉴스 이용의 비중이 큰 온라인 뉴스 시장은 구조적 환경에서 차이가 있다. 미국 최대 포털인 구글은 뉴스를 아웃 링크 형식으로 제공한다. 하지만 한국은 포털들이 뉴스를 생산하지 않으면서도 온라인 뉴스 시장의 80% 이상을 점유하고 있고(한국언론진흥재단, 2019a), 이 뉴스를 대부분 인 링크 형식으로 제공하고 있다. 즉 한국의 언론 보도는 포털 뉴스에서 노출되지 못하면 뉴스가 유통되기 어려운 환경일 수밖에 없다. 이러한 상황에서 지역 언론에게 세계적인 유력지인 뉴욕 타임즈의 콘텐츠 품질 경영을 배우라고 하는 것은 지역 언론 기자들에게 탁상공론이 아닐 수 없을 것이다.

종이 신문 구독률은 1996년 69.3%에서 꾸준히 감소해 2019년에는 6.4%까지 줄었다(한국언론진흥재단, 2019a). 지역지 기자들은 종이 신문 열독률이 추락하는 가운데 포털을 통한 기사 노출의 기회마저 사라졌다고 주장한다. 즉 포털 중심의 환경에서 지역 언론은 철저히 배제되고 있다고 지역 언론 기자들은 주장한다. 물론 포털과 언론 간의 불평등한 관계에 대한 논란은 비단 지역 언론에만 해당하는 것은 아니다. 이완수(2018)는 언론사가 아닌 네이버와 다음이 뉴

스의 브랜드가 되면서 이슈에 대한 언론의 영향력이 약화되었고, 수익성 또한 악화되었다고 말한다. 결과적으로 뉴스를 생산하지도 않으면서 뉴스 유통을 장악한 포털과 언론사 간에 이미 갑을 관계가 형성된 것이다.

그런데 포털 중심 환경에서 지역 언론인들은 상대적으로 더 큰 어려움을 겪고 있다. 지역지 기자들의 주장은 아무리 기사를 빨리, 많이 쓰고, 질 좋은 기획 기사나 특종을 보도해도 포털 뉴스에서 노출조차 되지 않고 배제된다는 주장이다. A 기사는 지역에서 사건·사고가 터졌을 때, 포털 뉴스 리스트에서 전국 매체가 쓴 기사만 노출된다고 주장한다. 지역 매체가 사건 뉴스를 더 빠르고 많이 그리고 깊게 쓰더라도 아예 포털에서 노출될 기회조차 없다는 것이다. 다른 지역 언론 기자들도 비슷한 문제점을 지적했다. 어떤 기자들은 지역 관련 기획 기사를 써도 연합 뉴스나 전국 매체가 쓴 유사한 기사에 밀려 포털에서는 보기 어려울 뿐만 아니라 검색 결과 순위에서조차 몇 페이지 뒤로 밀려나는 일이 많으며 포털의 뉴스 게시 알고리즘을 비판한다(D, E).

포털 중심의 뉴스 환경에서 지역 언론 보도의 제한적 유통은 지역 언론의 매출 구조에도 영향을 미친다. D 기사는 지역 이슈를 힘들게 발굴해 기사를 작성해도 검색 결과에서는 아래로 내려가기 때문에 애드센스 광고 수입마저 사라져버린다고 말한다. 기사를 쓰지도 않는 포털은 뉴스로 많은 이익을 거두면서도 뉴스를 공급하는 언론사들에게는 이익보다 훨씬 적은 저작료를 배분하는데, 이 과정에서 페이지뷰가 상대적으로 작은 지역 언론은 더 적게 받게 된다는 것이다(C). D 기사는 포털과의 검색 제휴를 통해 뉴스 이용자가 아웃링크로 자사 웹페이지에 들어오면 광고 수익을 얻을 수 있지만 배너 하나당 10~20원에 지나지 않아 큰 도움은 되지 못한다고 말한다. 게다가 지역 언론 기자들은 포털의 위치 광고 서비스에도 매우 비판적이었다. C 기사는 포털 측이 지역 언론의 기사에는 위치 서비스를 제공하지 않으면서 광고에만 그것을 적용하며 지역 언론 광고의 상당 부분을 흡수하는 문제점을 지적했다. 이처럼 지역지 기자들은 포털과 제휴를 맺고 있지만, 콘텐츠에 대한 대가를 제대로 보상받지 못하고 있음도 토로했다.

자사의 콘텐츠를 가져가면서도 메인 뉴스 리스트에서 노출을 배제하는 포털 알고리즘에 대한 지역 언론사의 반발은 연합뉴스 같은 뉴스 통신사와 전국 매체에 대한 불편한 심경으로 전이된다. 이재신, 이영수, 그리고 이민영(2009)은 포털 중심의 뉴스 유통 환경에서 통신사와 일반 언론사의 관계를 분석한 바 있다. 뉴스 도매상과 소매상의 관계로 상징되던 이들이 포털 환경에서는 경쟁 관계가 되었고, 이 과정에서 통신사의 포털 뉴스 시장 잠식을 일반 언론사들은 불편해하면서도 심층 보도 등 차별화 전략을 모색하는 계기로 삼았다는 것이다. 이 연구에서 지역지 기자들은 뉴스 통신사와 전국 매체들에 대해 일종의 불편함을 느끼고 있었다. C와 D기사는 지역 언론이 먼저 쓴 기사를 전국 매체가 최초 보도의 출처도 제시하지 않은 채 후속 취재를 덧붙여

기사를 올린다고 비판했다. E 기자도 지역지들이 1보를 쓰면 전국 매체는 그 1보들을 모아서 쓰기도 한다고 주장한다. 지역 언론이 먼저 보도한 사건은 포털에서 직접 검색하지 않으면 보이지도 않는데, 연합뉴스가 쓰면 곧바로 포털에 노출되는 것에 C와 D 기자는 섭섭함을 감추지 않았다. C 기자는 심지어 국가의 지원금을 받는 뉴스 통신사가 왜 지역 언론에 위협이 되는 현실이 되어야 하는지 이해할 수 없다고 말한다.

반면 전국지의 지역 담당 기자 시각은 이러한 지역지 기사들의 불편한 인식과 거리가 있는 듯하다. G 기자는 전국지의 지역 기사는 타것이 지역민에 한정되지 않고 전국의 뉴스 이용자를 대상으로 하기에 뉴스의 선택 기준이 지역 언론과 다르다고 말한다. 또한 전국지의 지역 보도는 지역 언론이 지적할 수 없는 지자체 등의 문제점도 다룰 수 있다고 말한다. 다른 전국지 지역 담당 기자인 H 기자는 좋은 기사가 포털에서 노출되지 않는 것은 지역지만의 문제가 아니라고 주장하며 뉴스 유통 구조 개선은 모두가 고민해야 할 문제라고 지적한다. H 기자는 연합뉴스가 광범위하게 뉴스를 다루는 통신사고, 또 전국지가 관심 가지는 지역 이슈와 지역 언론의 관심사가 같지 않기 때문에 갈등이나 경쟁 관계로 바라보지 않는 것이 필요하다고 첨언했다. 이처럼 전국지의 지역 담당 기자들은 지역 언론의 콘텐츠가 포털에서 소외되는 이유가 뉴스 유통 플랫폼의 문제일 수 있다는 점에 동의했지만, 통신사나 전국 매체의 지역 뉴스에 대한 관점은 다소 차이가 있음을 강조하며 갈등적 구도에는 말을 아꼈다.

한편 전국언론노동조합은 네이버가 모바일 뉴스 채널 리스트를 전국 매체 중심으로만 구성하고, 지역 언론사들을 배제했다며 강경 대응 방침을 밝힌바 있다(황희진, 2019, 4, 4). 2019년 5월에는 전국언론노동조합, 전국민주언론시민연합, 한국지역언론학회, 지방분권전국회의, 지역방송협회의가 네이버 본사 앞에서 지역 언론 배제를 규탄하는 기자회견을 열어, 모바일에 제공되는 44개 언론사 가운데 지역 언론사는 한 곳도 없다고 규탄하기도 했다(이왕수, 2019, 5, 23). 또한 같은 장소에서 뉴스 서비스의 지역 차별을 철폐하라고 촉구하는 1인 시위가 벌어지기도 했다(김희돈, 2019, 7, 1). 그러자 '네이버·카카오 뉴스제휴평가위원회 심의위원회'는 강원일보, 매일신문, 부산일보 등 세 지역지를 네이버 뉴스 구독 채널에 포함시켰다(박수선, 2019, 8, 12). 이 과정만 보더라도 포털은 뉴스 유통 과정에서 지역 뉴스를 다루면서도 정작 지역 언론 보도는 소외시키는 구조적 관행이 있었음을 짐작할 수 있다.

### (3) 내부의 요인: 변화하지 않는 사내 문화와 인식

어떤 기자들은 지역 매체에 사람들의 시선을 끄는 뉴스 콘텐츠가 부족하다고 지적한다. 전국지 지역 담당 기자 H는 지역지의 콘텐츠는 질이 상대적으로 낮고 재미가 없다는 인식이 있다며, 포

털에서 팔리는 뉴스가 되기 위해서는 질 높고 이목을 끄는 콘텐츠를 만드는 것이 필수적이라고 주장한다. 지역지 기자들도 이를 부인하지는 않는다. E 기자도 지역 뉴스가 재미없다는 점을 부분적으로 인정한다. 가령, 지역 조선소가 친환경 선박의 상용화에 성공했는데, 전문용어로 기사를 채우다 보니 일반인들에게 와 닿지 않는다는 것이다. 즉, 뉴스 이용자들의 눈높이에 맞추고 뉴스 이용자가 가려워하는 부분을 끊어주는 서비스 정신이 부족하다는 것이다.

지역 언론사의 보수적 문화도 전통적 저널리즘 관행을 탈피하지 못하는 요인이 될 수 있다. 우선 외부 필진이나 시민 기자의 편집·제작 참여는 콘텐츠의 변화를 꾀하는 하나의 방법이 될 수 있지만 지역 언론 내부에서 적극적인 호응을 얻지 못했다. 물론 지역신문발전기금을 받아 시민 기자 체도를 운영하지만 지역지 기자들은 이에 대해 회의적인 시각을 숨기지 않았다. 지역 신문이 확보한 외부 필진의 인력풀도 충분하지 않은 데다, 새로이 외부 인사를 섭외하기도 쉽지 않다는 주장이다(A). 시민 기자 기사의 경우 기사 등록을 위해 퇴고를 거쳐야 하는데, 그 과정에서 더 많은 시간과 에너지가 들기 때문에 차라리 취재기자 한 명을 더 두는 것이 업무가 효율적이라며 호소했다. D 기자는 마을 신문 등 더 작은 규모의 언론사와 뉴스 제휴를 맺는 것도 좋은 방법이지만, 팩트 체크 인력이 필요해지기 때문에 한계가 있다고 주장했다. 지역지 기자들은 ‘전문직 정체성 때문에’ 작업의 완성도를 중시했고, 그로 인해 지역 구성원들을 신문 제작에 함께 참여시키거나 협력하는 방안에 소극적이라 여겨졌다.

또한 지역 언론사의 보수적인 데스크도 도마에 올랐다. D 기자는 데스크나 고참 기자가 뉴스 영역에서 정치, 경제, 사회, 문화라는 카테고리를 고수하는 데다 지역 정책, 정치인들에만 집중하고 지역민의 이야기를 등한시하는 지역 언론의 내부 문화를 비판했다. B 기자 역시 지역보다 중앙 정치 이야기에 매몰된 취재보도 관행에 대한 각성이 필요하다 주장했다. 전국지 지역 담당 기자는 대통령, 국회 등 중앙 정치 뉴스를 전국 매체에 맡기고 지역 언론은 좀 더 지역에 밀착한 뉴스를 만들어야 한다고 말했다(H).

한편 지역지 기자들은 지역 뉴스가 지역에서조차 소외되는 것에 대해 지역민들의 지역에 대한 무관심과 서울 중심적인 환경을 지적했다. E 기자는 지역민들이 수도권의 지자체장은 잘 알면서 내가 사는 곳의 단체장이 누구인지 정책은 무엇인지 잘 모르며, 그들의 생활에 지속적으로 영향을 미칠 수 있는 사안보다는 일시적인 사건·사고에 더 관심이 많음을 우려했다. C 기자 역시 그나마 주목받는 지역 뉴스는 성, 스포츠, 연예인 관련 콘텐츠라며 지역민들이 지역 정보에 무관심하다 주장했다. D 기자 또한 지자체 비판 기사를 써도 해당 관청 공무원 외에 관심을 가지고 보는 경우는 드물다고 말했다. F 기자는 이에 덧붙여 지역 뉴스가 상대적으로 낮은 수준의 정보로 인식되는 경향이 있다며, 이러한 인식 때문에 지역에만 집중하면 뉴스 가치를 제대로 인정

받지 못할 우려가 있다고 주장했다.

“사람들이, 정보의 질을 가지고 언론의 질을 판단하는 경향이 있는 것 같습니다. 지역 뉴스를 보다 좀 더 낮은 차원의 정보라고 인식하는 경향이 강한 것 같아요. 1면에 지역뉴스를 올렸을 때 보다는 중앙에서 돌아가는 우리 국가적인 아젠다를 올렸을 때 사람들의 관심이 더 많은 것이 사실인데… 그런걸 좀 더 고급정보라고 생각하는 경향이 강한 것 같아요. 그래서 우리는 무조건 로컬로만 간다라고 하면, 어쩌면 2류 정보로 계속 취급 받을 수 있는, 우리네 문화에서는 그런 위험성이 있다고 생각하고, 자기가 이 언론을 통해서 보다 고급정보를 소비하고 있다는 만족감을 주기 위해서는 어쨌든 적절히 잘 조화를 해야 한다고 생각해요.” (지역지 F 기자)

지역 언론이 저널리즘보다 사주(社主)나 회사의 이해관계가 앞서지 않았는지도 돌아볼 필요가 있다. 어떤 기자는 신생 지역 언론의 설립 의도가 가끔 의심스러웠다고 말했다(G). 신문사의 경우, 신고제인데다 진입장벽도 상대적으로 낮아 광고비를 챙기거나 권력을 얻는 수단으로만 들어진다는 것이다. B 기자도 지역 영세 언론의 난립은 지자체 광고의 분배 몫을 줄여 오히려 양질의 지역 언론사를 어려운 환경에 놓이게 한다고 지적했다. E 기자는 일부 기업이 사업의 방패막이로 활용하기 위해 지역 언론을 소유한다는 의혹은 오래전부터 있어 왔다고 전했다. 어떤 지역에는 지역 일간지 모두가 특정 업종 기업들의 소유라 덧붙이며, 여전히 지역 언론 가운데에는 사이비도 있고, 토착 비리, 부패, 권언 유착도 남아 있다고 지적했다.

### 3) 지역지의 위기: 대안과 저널리즘적 한계

지역 언론사와 지역지 기자들은 위기 돌파를 위한 나름의 방향을 생각한다. 대표적으로 콘텐츠의 질을 높이는 방법, 탈지역적 콘텐츠 발굴, 사업의 다각화 등이 그것이다. 임종섭(2017)은 포털 중심의 온라인 뉴스 환경에서 생존을 위해서는 독자적인 흡인력을 갖춰야 한다고 제안했다. 즉, 단순 전달보다 깊은 통찰에 바탕한 보도, 쟁점을 글 외에 다양한 방법으로도 어필할 수 있는 능력이 필요하다. 하지만 지역 언론 기자들의 진술들을 종합하면, 획기적인 변화를 기대하기 어려운 악순환의 고리가 이미 만들어진 것은 아닌지 우려된다. 경영난에 탐사보도 등 수준 높은 콘텐츠 제작에 투입할 인력과 비용이 없어 질은 계속 내려갈 수밖에 없고, 그 결과 지역 언론 구독자는 줄게 되고, 이용자의 감소는 다시 경영난을 부채질하는 것이다. 녹록치 않은 현실에 부딪힌 지역 언론인들의 사기 저하는 더 큰 문제다. 다른 한편으로 지역 언론 기자들은 지역 언론의 돌파구 마련을 위해 포털 중심의 뉴스 유통 플랫폼 해체나 지역 할당제를 요구하기도 했다. 또한

소외계층 종이신문 구독을 정부가 지원하는 방안이 지역 언론에 도움이 될 거라 판단했다.

### (1) 사업 다각화 vs. 저널리즘 가치

지역지들은 뉴스가 아닌, 생존을 위한 대안들을 모색 중이다. A 기자는 자신이 소속된 지역지가 마라톤처럼 지자체 예산이 지원되는 행사를 늘려 살림을 꾸려가지만, 지자체의 협찬이 언제까지 지속될 수 있을지 의문이라고 말했다. B 기자는 소속 신문사가 수익대의 시설비용을 투자하며 새 인쇄 사업을 진행 중이라고 했다. 지금의 운전기로는 책자를 인쇄할 수 없어서 추가로 시설을 도입해 외주 인쇄를 맡으려 한다는 것이다. 노동조합에서는 이 사업의 수익성에 의문이 있지만, 자사가 어떻게든 자구책을 마련해야 하는 상황을 알기에 강하게 반대하지 못한다고 덧붙였다. C 기자는 지역 언론사들의 사업 투자, 이벤트성 행사가 바람직하지는 않지만, 다각화를 통해 경영 환경을 안정시켜야 편집권도 자율성을 확보할 수 있다고 믿었다. 그러나 모 지역 언론사의 호텔 투자 실패 사례가 전해지면서 기자들의 우려가 더 강해졌다고 했다. 이에 E 기자는 지역 언론이 경영 논리뿐만 아니라 치우치면 언론으로서의 역할을 잊게 되고, 콘텐츠도 엉망이 될 수밖에 없어 정부 지원 등 다른 처방이 필요하다고 역설했다.

지역지로서는 생존을 위한 다각화도 필요하지만, 결국에는 언론의 본질에 충실해서 위기를 돌파할 수밖에 없다는 의견도 있었다. A 기자는 2006년 봄 비정규직 노동자들이 GM대우 창원 공장에서 굴뚝 고공농성을 벌인 당시를 상기했다. 사측의 출입금지 조치 직전 공장에 먼저 들어가 현장 상황을 보도했고, 타 언론사들은 A 기자의 보도를 바탕으로 후속 기사를 송고했다고 한다. 실제로 당시 지역 기자 3명이 유일하게 현장에 있었으며, 뒤늦게 KBS 촬영 팀이 추가로 진입한 것으로 알려졌다(이시우, 2006, 3, 23). 이 이슈는 지역에서 발생한 비정규직 이슈를 전국화 시킨 사례로 알려지면서 지역 언론에 대한 많은 호응이 있었으며, 이러한 사례가 축적된다면 결국 지역 언론에 대한 관심도 높아질 수 있다는 기대를 했다(A).

하지만 문제는 지역지가 당면한 악순환의 고리(아래 <Figure 1> 참조)를 벗어날 뾰족한 방법이 보이지 않는다는 것이다. B기자는 경영이 어려워지면서 빠져나간 인력이 충원되지 않고, 결국 급여는 같은데 업무는 더 늘어났다고 말했다. 좋은 기사를 쓰려면 취재에 시간과 노력을 더 쏟아야 하지만 매일매일 할당된 지면을 채우기도 벅차다고 토로했다. D 기자 또한 난무하는 온라인 매체들과의 차별화를 위해서는 비판과 해설이 충실한 기획 기사가 필요한데, 그럴 여유가 없다고 털어놓았다. A 기자는 지금의 급여 수준으로는 유능한 인력을 유치할 방법이 없다고 지적했다. 뉴스타파 같은 성공 사례가 대안으로 언급되지만, 유명 PD나 기자 같은 고급 인력이 적은 급여를 받고 왜 지역 언론에 들어오겠냐고 반문했다. 내부 인력을 투입해 특종이나 심층 기사

를 작성하려면 에이스급 기자 몇 명이 차출되어야 하는데, 그러면 다른 지면마저 부실해질 수밖에 없다는 것이다. 덧붙여 A 기자는 만약 인력을 투입해 기획 보도로 특종을 하더라도, 비판적 보도 내용 때문에 지자체나 대기업 광고가 끊어지면 오히려 인력을 줄여야 하는 아이러니한 상황이 생길 수 있다고 지적했다.

콘텐츠의 질 하락이 독자 감소, 이것이 다시 경영 악화로 이어지는 패턴의 반복은 이미 벗어날 수 없는 텃으로 인식된 듯하다. C 기자는 자신이 애써 쓴 기사들을 보는 사람들이 없다고 생각하면 의기소침해지고 취재에 쏟을 열정마저 사라진다고 말한다. 덧붙여 경영이 안정되지 못하니 편집권 독립도 제약이 있을 수밖에 없다고 털어놓는다. 광고주의 눈치를 보는 상황에서 비판을 빼면 제대로 된 기사 쓰기는 더 어렵다고 주장한다. D 기자는 이런 지역지의 현실 때문에 경제적 지원을 더 받기 위해 지자체의 보도 자료를 더 받아쓸 수밖에 없으며, 악순환을 선순환으로 뒤집는 계기가 있어야 한다고 주장한다.

“생산 현실은 안 그렇다 해도 그걸 안 듣는 거예요. 산업 구조에 대한 분석 없이 산업을 바꿀 수 있어요? 개인 탓을 하는 거예요. 괜히 역량 부족 이렇게 나오는 거예요. 콘텐츠에 대해서 문제를 제기하면 이해를 하는데 계속 콘텐츠로 가는 거예요. 산업 전반은 전혀 그렇지 않은데, 어떻게 애들 먹고 살지? 왜 떨어지지? 질은 떨어지는데 양은 팽창하지? 이런 질문은 없이. 자본주의 사회에서 신문 안 팔리니까 디지털 저작료 받을 수 없으니까 월급은 떨어지고, 좋은 인력 들어와요? 그럼 콘텐츠 질 떨어지고.” (지역지 A 기자)

## (2) 새로운 콘텐츠에 대한 기대

지역지 기자들에게 새로운 콘텐츠 모색은 밀린 숙제와 같다. E 기자는 이용자가 선호하는 지역의 여행, 음식 등의 콘텐츠를 늘리고 내용도 좀 더 이해하기 쉽게 만들면 좋겠다는 구상을 했다. 사내에 새로운 콘텐츠 전담팀이 꾸려졌다는 F 기자는 그 팀의 지역 특화 콘텐츠가 지역뿐만 아니라 전국적으로 호응을 얻고 있다고 전했다. A 기자는 지역 이슈라도 교육이나 비정규직 문제 등은 관심이 커서 전국 뉴스로 충분히 키워낼 수 있다고 말한다.

이처럼 지역 언론은 지역에 밀착한 콘텐츠뿐만 아니라 전국적 관심을 모을 콘텐츠도 생산할 수 있는 잠재력이 있다. 또한, 유튜브처럼 포털을 대체할 다른 온라인 플랫폼은 지역 언론에게 또 다른 기회가 될 수 있다. 그러나 A 기자는 영상 콘텐츠 맞춤 인력을 키워내려면 3년은 걸리기 때문에, 팔리는 상품을 곧바로 만들어 내기란 쉽지 않다고 걱정했다. B 기자도 유튜브의 잠재력을 높게 평가했지만, 다른 한편으로는 신문사가 무슨 방송을 하느냐는 데스크의 시각도 우

려하고 있었다.

부산·경남 지역지의 유튜브 채널을 살펴보면, 콘텐츠가 다루는 내용에 따라 조회 수는 들쭉날쭉하다. 전국적 화제가 될 수 있는 큰 사고, 태풍처럼 지역민들의 삶과 밀접한 정보, 문화 공연이 조회 수가 상대적으로 높다. 기획 콘텐츠 가운데 부산일보의 ‘형제복지원’은 수십만 회의 조회 수를 거뒀지만, 경남도민일보의 ‘2020 우리 고장 역사문화 탐방’은 두 자리 조회 수에 그쳤다. 지역지의 유튜브 채널만 놓고 보면 교양적 요소가 강한 지역 프로그램은 조회 수가 상대적으로 낮고, 전국적 가치가 있는 사고 소식이나 공연 녹화는 이른바 ‘평타’, ‘형제 복지원’처럼 폭로성 탐사 보도는 매우 높은 조회 수를 기록한다.

“수익의 일환으로 유튜브를 해야 하지 않나…이야기는 하는데 잘 안 되는. 인력 문제가 있고요, 데스크의 문제도 있어요. 정통 신문사인데 무슨 그런 방송을 하느냐, 자존심에 금간다 그런거죠. 우리는 가입자가 600명밖에 안 될 거예요. 그나마 유튜브 담당자도 그만뒀거든요. 그 이후 대체 인력을 못 구해서. 뽑는 데 지원을 안 해요. 여기가 낡은 도시라서. 잘 알다시피 미디어 전공자도 없고.” (지역지 B 기자)

A 기사는 하이퍼-로컬리즘 기사나 피쳐성 기사를 늘리며 변화를 시도했지만 큰 효과는 없었다고 말한다. 지역의 특종은 밀양 송전탑 이슈처럼 전국급 ‘꺼리’가 되어야 한다고 말한다. 그런 특종을 캐내기 위해서는 기사가 핵심 자료를 찾고 분석할 수 있는 능력이 필요하다고 지적한다. 하지만 그런 유능한 인력을 지역에서 찾기란 쉽지 않다고 A 기사는 주장한다.

“광역 단위 사업의 감시 능력을 키워야 하고요. (중략) 기존의 위치독 가지고는 씨알도 안 먹힌다. 아주 수준 높아야 한다. 코어 자료를 어떻게 확보하고, 입수하고 볼 수 있는 능력을 키워야 하고, 전혀 공개 안 하는 경우가 많거든요. 정보 공개 신청을 한다는 것은 탐사 보도를 하겠다는 거고요. 불을 더 지피든지. 국회의원부터 자료를, 구글링하든지, 그런 것들을 탐사보도를… 너 무 비공개가 많아서. 통계청도 자료가 이원화되어 있어서. (중략) 그 정도는 씨줘야 대중들한테, 탐사보도 전문으로 갈 수 있다고 생각해요. 데이터 저널리즘 공부할 게 너무나도 많기 때문에. 실제 탐사보도는 수준 높아야죠.” (지역지 A 기자)

F 기사는 의욕 있는 기자들이 새로운 영역을 자율적으로 일궈내면 좋은 평가를 받을 수 있도록 내부 환경을 조성하는 것이 필요하다고 지적한다. 자신의 회사는 그런 시도를 장려하는 분

위기가 있어서, 그나마 몇 가지 프로젝트가 크게 히트도 치고 지역신문발전위원회로부터 상도 받을 수 있었다고 말한다.

### (3) '지역 언론은 공공재, 제도적 해법 필요

편집권 독립을 위한 사업 다각화는 양날의 검이라고 지역지 기자들은 지적한다. 사업을 통해 수익을 일궈 콘텐츠에 투자한다면 현재의 경영과 편집의 악순환을 개선할 수 있지만 언론 본연의 임무보다 사업을 우선시하거나 새로운 사업이 실패한다면 더 나쁜 귀결이 될 거라는 판단이다. A 기자는 현재 포털 중심의 뉴스 유통 문제를 해결하지 못한다면 지역 언론을 차라리 준공공재로 접근하는 제도적 전환이 필요하다고 주장한다. C 기자도 포털의 행태를 바로잡을 수 없다면 법으로 콘텐츠 노출 기회의 차별을 금지하도록 해야 한다고 말했다.

덧붙여 지역지 기자들은 위치기반 서비스를 이용해 지역민이 뉴스 플랫폼에서 지역 소식을 볼 수 있는 제도적 장치를 마련해야 한다고 주문했다. 덧붙여 C, E 기자는 온라인 플랫폼 지역별 권역 할당제의 필요성도 역설했다. 이들은 기준을 만들어 지역마다 포털에서 지역 언론사 3~4개를 선정하고, 위치기반 서비스를 켜면 그 언론사의 뉴스가 나올 수 있도록 하자고 제안했다.

“포털에서 여행, 우리 동네 콘텐츠를 보면 위치기반서비스가 있어요. 지역에 있는 사람들에 우선적으로 노출되게 해줄 테니 우리와 계약을 하자, 대신에 이슈라든지 지역 이슈를 우선적으로 생산해라, 그래야 메인에 실어줄 수 있으니까. (중략) KTX를 타고 가면, 구독이 아닌 상태에서는 지역 언론사를 우선적으로 실어줄게, 대신에 클린 정책 깨끗하게, 광고 넣지 말고, 지역의 이슈를 디테일하게, 이런 제휴관계가 형성되면 누가 안하겠습니까. (중략) 포털이 만약 자기들이 공공관계 마인드가 있다면...” (지역지 D 기자)

E 기자는 우선 정부가 선진국처럼 지역 언론을 재정적으로 지원하는 것이 절실하다고 주장한다. 이미 정부는 지역 사회 균형 발전과 여론 다양화를 위해 2004년 지역신문발전지원특별법을 6년 한시법으로 제정한 바 있으며(류한호, 2006), 2018년 개정을 거치며 지속된 이 법에 근거한 지역신문발전기금은 2005년부터 지역 언론사에 지원되고 있다. 2019년 기준 사업별 기금 사용 현황을 보면, 기획취재 지원 약 4억 8천여만 원, 지역신문 제안사업 약 9천 5백여만 원, 지역민 참여보도 23억 8천여만 원, 소외계층 구독료 지원 10억 2천여만 원, 지역신문 활용교육 지원 9천 9백여만 원 등 총 47억 2천여만 원 등이다(지역신문발전위원회, n.d.). 하지만 지역의 기자들은 지역 언론의 숫자가 많아 생존을 위해서는 지원의 확대가 필요하다고 주장한다. E 기

자는 특히 소외계층 구독지원 사업이 좀 더 확대될 필요가 있다고 지적한다. 직접적인 재정 지원은 특혜 시비도 있을 수 있기 때문에 정부가 구독료를 대신 납부하는 우회 시스템을 확대하면 노년층과 저소득층 등의 정보 소외 계층까지 지원할 수 있는 일석이조의 효과가 있다고 주장한다.

“정부가 신문을 공공재라는 인식을 가질 필요가 있거든요. 사기업, 제조업이 아니고 언론, 진정한 풀뿌리 민주주의를 만들고, 모든 정책, 사회를 비판할 수 있는, 공공재 인식을 심고, 그것에 대해 정부의 과감한 투자가 있어야 하거든요. 프랑스 이런 쪽은 3,000억 투자하고 그러거든요. 근데 우리는 그런 게 전혀 없다 보니까 우리가 자생을 하면서 풀뿌리 민주주의를 살려야 해서 현실적으로 어렵죠. 과감한 정부의 투자, 예산 지원이 반드시 있어야 합니다.” (지역지 D 기자)

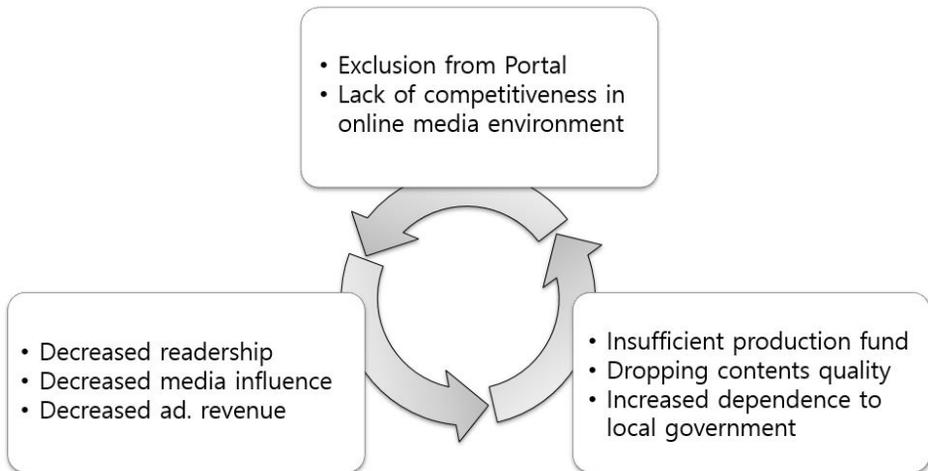


Figure 1. Vicious cycle of local news paper under online journalism environment

## 5. 결론 및 논의

미디어의 발전과 확산은 우리 사회의 여러 부분에 영향을 미치고 있으며, 지역 언론도 그 예외는 아니다. 또한 교통과 통신의 발달로 촉발된 지역성의 개념 변화는 디지털화와 함께 지역 언론이 앞으로 어떻게 나아가야 할 것인지에 대해 물음표를 던진다. 이 연구는 지역지와 전국지 지역 담당 기자 여덟 명과의 심층 인터뷰를 수행하여 그들이 생각하는 오늘날 지역 언론의 의미, 그들이 겪고 있는 현재의 위기와 그 원인, 그리고 그들이 생각하는 대안을 살펴보았다.

먼저 지역지와 전국지 기자 모두 지역성이 지리적 경계로부터 배타하는 것으로 인식하고

있었다. 특히 지역지 기자들 다수는 그들의 보도 권역을 지리적인 배포권역과 동일시하고 있었다. 이들에게 지역성은 권역 내의 정보와 사람을 묶어 주면서, 그 권역 밖의 힘(특히 중앙 권력)에 대항하는 것으로 요약된다. 지역 이슈를 발굴하고 그것을 전파하며, 나아가 지역민들의 이해 관계를 대변하는 것이 지역 언론의 당연한 사명임을 부인하기는 어렵다. 그러나 지역이라는 제도적·지리적 '영역'을 그 안에 머무는 사람들의 사회적·심리적 영역과 일치시키는 것이 과연 작금에도 적절한지 의문을 제기하지 않을 수 없다. 거주지와 일터가 각각 다른 도시에 있는 사람에게, 그리고 어떤 대도시 인근 소도시에 살지만 자신은 그 대도시 사람이라고 생각하는 사람에게 지역 언론인들이 생각하는 '지역성'은 과연 어떻게 해석될까? 지역 언론의 이러한 평면적인 지리적 공간에의 몰두는 지역의 인구 및 경제 규모 감소와 더불어 언론 스스로 그들의 활동 범위와 시장을 좁히는 결과로 귀결되고 있다.

이어 인터뷰에 참가한 지역지 기자들은 지역의 사관, 대변자, 그리고 지역 이해의 수호자로 그들을 존재 이유를 제시했다. 이는 로컬리즘을 담론적 공동체로 접근하며 지역 미디어의 필요성과 역할을 강조한 기존 로컬리즘 연구들에서 제시된 것들과 크게 다르지 않다(Dunbar-Hester, 2013; Firmstone, 2016; Meijer, 2010). 그러나 지역 언론이 한걸음 더 나아가기 위해서는 지역성에 대해 변화된 관점을 적극적으로 수용할 필요가 제기된다. 다시 말해 지리적 공간이라는 토대 위에, 사회·문화·심리적인 공간으로 지역의 개념을 확장해 나가는 것이다(임영호, 2002b). 입체화된 지역성으로 인식을 전환한다고 해서 인터뷰 참가자들이 제시한 지역 기록의 생산과 지역을 대변하고 중앙에 대응하는 역할을 할 수 없는 것은 아니다. 오히려 이러한 관점 전환을 통해 지역과 지역민에 대한 한층 풍부한 기록을 남길 수 있으며, 더욱 다양한 시민들의 요구를 들을 수 있는 것이다.

지역 언론이 겪고 있는 문제에 대해 지역지 기자들은 포털이 장악한 뉴스 유통 구조와 그로 인한 수익성의 악화, 그리고 경영난과 인력난으로 인해 경쟁력 있는 콘텐츠를 생산할 수 없게 되는, 이른바 악순환의 고리(〈Figure 1〉 참조)를 제시하였다. 지역 매체 이용자 급감과 그로 인한 영향력 약화, 광고 감소, 재정의 지자체 의존 심화, 지역 언론의 기능 상실 등을 겪는 가운데, 포털 중심의 뉴스 유통 환경이 이뤄지면서 그들에게 선택받지 못한 지역 언론의 보도는 더욱 외면될 수밖에 없다. 우리나라에서는 다른 나라와 달리 포털 중심의 뉴스 유통 환경이 형성되었고, 뉴스 이용자 대부분은 포털을 통해 유입된다(김위근, 2014; 송해엽·양재훈, 2017). 종이 신문의 정기 구독률이 급감하는 현실에서 지역 언론이 포털 뉴스에서마저 소외된다면 지역 언론의 생존 환경이 척박해지는 것은 당연하다.

포털에도 지역발 뉴스가 없는 것은 아니다. 그러나 첫 번째 문제는 대부분의 뉴스들이 사건

사고 중심의 연성 뉴스라는 점, 두 번째 문제는 포털에 걸린 지역발 기사는 뉴스 통신사 혹은 전국 매체의 보도라는 점이다. 같은 이슈를 놓고 수많은 언론사가 속보 경쟁을 벌이는 상황에서 넓은 지리적 커버리지, 이슈의 부족, 빈약한 취재 자원을 가진 지역 언론이 이들을 상대로 힘을 발휘하기는 더 어렵다. 이와 관련, 인터뷰 참가자들이 제시한 모순적 한계는 곱씹어 볼만하다. 다양한 관점과 질 높은 콘텐츠에 익숙한 이용자들에게 지역에 친착한 지역 언론은 외면받을 수밖에 없고, 다른 한편으로 지역의 경계를 넘어 중앙의 정치나 사회 기사를 다루면 지역 밀착형 보도를 원하는 지역민들이 등을 돌릴 수밖에 없는 상황이다. 또한 지역 언론의 위기 요인들은 이에 그치지 않는다. 디지털 단말기와 온라인 플랫폼의 확산에 따른 취재보도 환경의 변화, 지역 언론사 내부의 보수적 조직 문화와 작업 관행 등이 그것이다.

물론 지역 언론 역시 콘텐츠 질을 높이는 등의 자구적 노력이 필요하다. 실제 지역 언론 기자들도 지역 밀착, 비정규직 문제처럼 전국적으로 이슈화시킬 수 있는 지역 뉴스의 발굴, 이용자들이 좋아하는 연성 뉴스 콘텐츠 확대, 이해하기 쉬운 뉴스를 지향한다고 말한다. 예를 들어 지역 언론의 유튜브 채널을 보면 좋은 콘텐츠를 제공하기 위한 여러 가지 노력의 흔적을 볼 수 있다. 하지만 지역 언론 기자들은 광고가 예전처럼 들어오지 않는 상황에서 인력을 줄이고 비용을 절감할 수밖에 없는데 기획 탐사보도, 새로운 콘텐츠 시도에 자원을 투입할 여력이 없다고 호소한다. 그 결과는 뉴스 이용자가 더 줄고, 경영 환경은 더 어려워지는 악순환의 반복이다.

뉴스 이용자가 호응하는 콘텐츠에 매달리는 것이 저널리즘적 가치와 충돌할 수 있는 점도 지역 언론의 입장에서는 고민이 아닐 수 없다. 하컵과 오닐(Harcup & O'Neill, 2017)은 2014년 기성 언론과 소셜미디어가 중시하는 뉴스 가치가 서로 다를 수 있음을 지적했다. 이러한 지적은 지역 언론사 유튜브 채널을 통해서도 확인할 수 있다. '우리 고장 역사문화 탐방'과 같은 지역 밀착형 교양 콘텐츠는 조회 수가 두 자리에 불과하지만, 자극적인 사건 뉴스는 훨씬 높은 조회 수를 거두는 것이다. 이러한 현실에서 지역 언론으로서 저널리즘적 가치와 뉴스 이용자의 흥미를 조화시킬 수 있는 뉴스 가치에 대한 고민이 많을 수밖에 없다.

이러한 상황에 대한 대안도 있다. 지역 언론사들의 배타적 제작 관행을 지양하고, 지역 구성원들과 협력적 네트워크를 구성하는 것도 한 방법일 수 있다. 하나의 방법론으로 제시되는 하이퍼-로컬 미디어 모델은 지역 커뮤니티를 형성해 시민 참여를 늘려간다는 특징이 있고, 궁극적으로는 지역 민주주의를 활성화에도 기여할 수 있다(Chen et al., 2017; Hujanen et al., 2019). 그러나 지역 언론의 기자들은 이에 대해 회의적인 시각을 숨기지 않았다. 그들은 더 많은 노력과 자원의 투입이 필요한 시민 기자제의 비효율성을 그 이유로 지목한다. 하지만 지역 언론이 공공재적 성격을 주장하기 위해서는 풀뿌리 민주주의의 육성에도 관심을 기울일 필요가 있

다. 전통적인 출입처 중심의 뉴스 제작 관행과 전문직주의를 고수하기보다는 지역 구성원들과의 협력을 통해 지역 언론 친화적인 커뮤니티들을 만들어가는 것이 실질하다. 지역신문발전위원회 역시 지역 언론이 이러한 연대를 추진하고 강화할 수 있도록 실질적인 여건을 만들어 주는 것이 필요하다. 즉, 지역 언론의 위기 극복은 지역민과 이용자들의 지지 속에 그 가치를 인정받을 때 가능하다.

지역 언론 기자들이 제기한 보수적인 사내 풍토도 극복할 장애물이다. 수십 년간 이어온 취재편집 조직과 관행을 뒤집기는 쉽지 않다. 예를 들어 한겨레는 1990년대 후반 정치부, 경제부, 사회부, 외신부 등을 기능에 따라 다시 구분해 정치경제부, 민족국제부, 민생인권부, 여론매체부, 사회교육부로 만든 바 있다. 그러나 수십 년간 이어져 온 출입처 중심의 취재 관행으로 인해 이러한 시도는 결국 수포로 돌아갔다(이인우·심산, 1998, 97-99쪽; 임영호, 2013, 157쪽에서 재인용). 그러나 미디어 환경의 변화는 통합 뉴스룸 구축 등 새로운 변화를 다시 몰고 왔다(정동우, 2007). 몇몇 신문사가 편집국만 각자 운영하고 제작이나 영업은 공동으로 운영하며 경영난을 극복한 미국의 사례에서도 볼 수 있듯, 언론 조직도 다른 조직과 마찬가지로 환경 변화에 민첩하게 대응해야만 생존을 약속받을 수 있다(임영호, 2013).

만약 지역 언론이 순환적 위기에서 자력으로 탈출할 방안을 마련하지 못한다면, 그러한 상황에서는 앞서 논의했던 신지역주의가 또 다른 하나의 해법이 될 수도 있을 것이다. 지역 내 기업 또는 콘텐츠 제작자, 그리고 관(官)을 비롯 여러 사회단체와 지역 언론사가 소통하고 협력하여 각자가 가진 자원을 활용, 하나의 지역 콘텐츠 네트워크를 형성하고 이를 바탕으로 새롭게 지역 언론으로서의 역할과 위상을 정립하는 것이다(김영수·임종수, 2010). 지역을 구성하고 있는 다양한 주체들의 참여를 통한 협업은 지역 언론으로 하여금 보수적인 분위기를 쇠신하게 하고, 나아가 지역과 더욱 긴밀하게 상호작용할 수 있는 기반을 마련해 줄 것으로 생각된다.

요약하면, 이 연구의 심층 인터뷰에 응한 지역 언론 기자들은 여전히 지리적 경계에 기반한 전통적인 지역성의 개념에 천착하고 있었다. 그들이 제시한 지역 언론의 가치는 영역에 기반한 지역성으로부터 배태하고 있었으며, 이는 자신들의 활동 반경을 고착시키는 것으로 귀결된 듯하다. 그러나 작금의 지역 언론 위기는 언론 내부적 요인보다 외부적 요인이 더 많이 작용했다. 지역 경제의 쇠퇴로 광고 수입이 점차 감소하는 상태에서 지역 언론은 뉴미디어 환경에 적응하는데 실패했다. 포털 뉴스의 알고리즘에서 구조적으로 배제되었을 뿐만 아니라 앱이나 유튜브 채널을 시도했지만 제대로 된 결실을 거두지 못했다. 이는 지역 언론의 경영난, 영향력 약화를 가속화시켰고, 결국 콘텐츠의 질이 하락할 수밖에 없는 환경을 만들었을 뿐만 아니라 지역 언론의 역할 붕괴를 초래했다. 그럼에도 지역 언론 기자들은 자구적 노력을 통해 악순환의 고리를 끊고자 하

는 강한 의지도 엿볼 수 있었다. 다만 위기에 대한 구체적인 해법은 아직 추상적인 단계에 머무르고 있다. 지역 언론이 생존하기 위해서는 그만큼 보수적인 내부 편집 문화를 탈피해 하이퍼 로컬리즘처럼 다층적인 지역민의 요구와 융합할 수 있는 도전과 실험 정신이 필요하다.

덧붙여, 지역 언론의 위기에 현장의 생생한 목소리를 담고자 이 연구는 심층 인터뷰를 방법으로 선택했으며, 이를 통해 지역 언론의 위기의 구조적 측면을 지역 언론인의 시각에서 살펴볼 수 있었던 것이 나름의 수확이라 판단된다. 이 연구는 지역 언론 문제에 관한 지역 언론인들의 시각을 정리하면서 진술의 검증과 보완을 위해 관련자료나 문헌 등을 활용해 기술했지만, 지역 언론인의 진술에 비중을 높이면서 진술에 관한 비판적 분석이나 다른 관점 제시는 다소 미흡한 점이 있다. 따라서 이 연구가 다룬 내용을 심도있게 밝혀 줄 추가적 논의가 필요하다.

그리고 이 연구는 지역지 및 전국지 지역 담당 기자들과의 인터뷰를 통해 지역 언론의 위기를 극복할 해결 방향도 탐색하고자 했다. 연구자들은 지역 언론인들이 구조적 문제에 대해서는 확고한 생각을 가지고 있음을 발견하였으나 이쉽게도 하이퍼-로컬리즘이나 신지역주의 등 대안에 대해 그들이 가진 인식을 명확하게 밝히지는 못한 아쉬움이 있다. 이러한 대안들에 대해 그들도 지역 주민과의 접촉 활성화나 지역의 다양한 측면을 조명하여 독자의 범위를 확장해야 한다는 원론적 취지에는 동의했지만, 여러 현실적인 문제로 인해 적극적으로 나설 수 없다고 말하고 있었다. 결과적으로 지역 언론의 위기를 극복하기 위한 대안 논의가 좀 더 면밀하게 이뤄지지 못한 점은 이 연구의 아쉬움이자 후속 연구의 과제라 할 수 있다.

## References

- Ali, C. (2016). Critical regionalism and the policies of place: Revisiting localism for the digital age. *Communication Theory*, 26, 106–127.
- An, S. (2018). The strategic operation of cable local origination channels : Focusing on locality and diversity. *Society for Journalism & Communication Studies*, 22(3), 36-72.
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London, UK: Verso.
- Anderson, C. W., Downie, L., & Schudson, M. (2016). *The news media: What everyone needs to know*. New York, NY: Oxford University Press.
- Bergström, A., Strömbäck, J., & Arkhede, S. (2019). Towards rising inequalities in newspaper and television news consumption? A longitudinal analysis, 2000–2016. *European Journal of Communication*, 34, 175-189.
- Cha, M., Kwak, H., Rodrigues, P., Ahn, Y., & Moon, S. (2007, October). I tube, you tube, everybody tubes: Analyzing the world's largest user generated content video system. *Paper presented at the 2007 ACM Internet Measurement Conference, San Diego, CA*. Retrieved from <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1298306.1298309>
- Chambers, T. (2003). Structural changes in small media markets. *The Journal of Media Economics*, 16, 41-59.
- Chen, N. N., Ognyanova, K., Zhang, C., Wang, C., Ball-Rokeach, S. J., & Parks, M. (2017). Causing ripples in local power relations: The meso-level influence of a hyperlocal news website. *Journalism Studies*, 18(6), 710–731.
- Cho, H. -J. (2009). *The theory and history in broadcasting in Korea*. Seoul: Nonhyung.
- Choi, N. -J. (2004). A comparative study of local newspapers' news frame focus on nuclear waste site reporting. *Korean Journal of Communication & Information*, 27, 283-316.
- Connery, C. L. (1996). Oceanic and regional imagination. In R. Wilson & W. Dissanayake (eds.), *Global/Local: Cultural production and the transnational imaginary* (pp. 284-311). Durham, NC: Duke University press.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Das, K. (2004). Uneven development and regionalism: A critique of received theories. *Economic & Political Weekly*, 39, 4917-4925.
- Dunbar-Hester, C. (2013). What's local? Localism as a discursive boundary object in low-power radio policymaking. *Communication, Culture & Critique*, 6, 501-524.
- Firmstone, J. (2016). Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10, 928-938.
- Franklin, B. (2008). The future of newspaper. *Journalism Practice*, 2, 630-641.
- Gläser, J., & Laudel, G. (2009). *Experteninterviews and qualitative inhaltsanalyse* (3rd. ed). Wiesbaden, Germany: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Goggin, G., Martin, F., & Dwyer, T. (2015). Locative news: Mobile media, place informatics, and digital news. *Journalism Studies*, 16, 41-59.
- Han, J. M., Park, E. H., Jung, I. S., & Joo, J. M. (2017). *New broadcasting theory* (2nd ed.). Seoul: CommunicationBooks.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18, 1470-1488.
- Huh, W., & Jung, C. W. (2013, June 1). The way to live in local newspapers is in the local. *Media today*. URL: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=109759>
- Hujanen, J., Lehtisaari, K., Lindén, C., & Grönlund, M. (2019). Emerging forms of hyperlocal media: The case of Finland. *Nordicom Review*, 40(Special Issue 2), 101-114.
- Hwang, H. J. (2019, April 4). Press union conference "Request for revision of local newspaper law". *Maeilsinmun*. URL: <http://news.imaeil.com/SocietyAll/2019040415474956535>
- Im, Y. -H. (2002a). Spatial understanding in Korean broadcasting research and disciplinary identity: The case of local-broadcasting research. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 16(2), 275-303.
- Im, Y. -H. (2002b). *Newspaper industry and democracy in transition period*. Seoul: Hannarae.
- Im, Y. -H. (2013). *Understanding newspaper media* (3rd ed.). Seoul: Hannarae.
- Jankowski, N. W., & Wester, F. (1991). The qualitative tradition in social science inquiry: Contributions to mass communication research. In K. B. Jensen & N. W. Jankowsky (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 44-74). London, UK: Routledge.
- Joo, J. -M. (2018). A study on the system operators franchise and the realization of locality. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 102, 80-103.

- Kang, K. K. (2017, June 5). Rep. Noh Chang-seop, "Shinsegae Starfield Changwon should be stopped". *Newsis*. URL: [https://newsis.com/view/?id=NISX20170605\\_0000003981](https://newsis.com/view/?id=NISX20170605_0000003981)
- Kang, M. -H. (2005). A study on qualitative evaluation of local television programs. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 61, 177-202.
- Kang, M. -H. (2013). A study on the scale development for the qualitative measurement of local broadcasting programs. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 27(6), 7-36.
- Kim, D. -Y., & Kim, S. -H. (2013). Fragile infrastructure and obsolete content: Evaluating professionalism and impartiality over local newspapers. *Journal of Communication Science*, 13(2), 85-122.
- Kim, H. D. (2019, July 1). 'Condemning Naver's local media discrimination' one-man relay protest. *Busanilbo*. URL: <http://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2019070119422110160>
- Kim, S. -H., & Yoo, J. -W. (2012). A qualitative study on the way of locality implementations of local newspaper: Focusing on Columbia Daily Tribune in U. S. *Journal of Communication Science*, 12(4), 107-140.
- Kim, Y. S., & Kang, K. S. (2013). An exploratory study on the evolutionary way of local media. *Journal of Speech, Media and Communication Research*, 22, 190-217.
- Kim, Y. S., & Kang, K. S. (2014). The relative importance and priority of decision elements in localism implementation of local newspaper's journalists. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(1), 331-355.
- Kim, Y. S., & Kim, Y. -S. (2011). A study on local newspapers multimedia production and realization of localism. *Journal of Communication Science*, 11(4), 174-202.
- Kim, Y. S., & Lee, K. Y. (2010). Neo-localism and contents strategy of local broadcastings. *Proceedings of Annual Fall conference of the Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies*, 25-42.
- Kim, Y. S., & Lim, J. (2010). A study on the perceptions of local broadcasters neo-localism strategies. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 72, 103-129.
- Kim, Y. S., & Lim, J. (2011). A study on the perceptions and present conditions of local broadcaster's contents using local cultural branding. *Journal of Communication Science*, 11(1), 5-42.
- Kim, W. H. (2015, December 3). This is hyper-locality!. *PD Journal*. URL: <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=57164>
- Kim, W. -G. (2014). The influence of portal site news services on online journalism in Korea : The structural

transformation or the power change in the news distribution. *Korean Journal of Communication & Information*, 66, 5-28.

- Korea Press Foundation (2019a). *The Korean press yearbook 2019*. Seoul: Korea Press Foundation.
- Korea Press Foundation (2019b). *Media users in Korea 2019* (Research report No. 2019-01). Seoul: Korea Press Foundation.
- Kurpius, D. D., Metzgar, E. T., & Rowley, K. M. (2010). Sustaining hyperlocal media: In search of funding models. *Journalism Studies*, 11, 359-376.
- Lee, I. W., & Shim, S. (1998). *People who want to change the world: The story of the Hankyoreh past 10 years*. Seoul: Hankyoreh.
- Lee, J. H. (2020, September 22). Inadquate traffic impact assessment for Starfield Changwon, citizens are the victim. *Yonhapnews*. URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200922147400052>
- Lee, J. -S., Lee, Y. -S., & Lee, M. -Y. (2009). The Impact of portal-oriented news consumption on the role of news agencies. *Journal of Communication Science*, 9(3), 355-387.
- Lee, K. Y. (2014). Localism and the role of local broadcasters from the perspective of Actor Network Theory. *Society for Journalism & Communication Studies*, 18(1), 135-164.
- Lee, S. (2017). Alternative meaning and possibility of local space in terms of scale. In J. Mun, M. Rhee, M. Cho, Y. Cha, K. Park, S. Lee,...S. Jang (Eds.), *Discourses of locality and humanities* (pp. 178-211). Seoul: Somyong.
- Lee, S. K. (2017, April 26). Argument to the plan of “Starfield” shopping mall on the site of the 39th Div. in Changwon. *Kyungnamsinmun*. URL: <http://m.knnews.co.kr/mView.php?idxno=1213012>
- Lee, S. W. (2006, March 23). GM Daewoo, Banning journalists today?. *Kyungnamdominilbo*. URL: <http://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=181581>
- Lee, W. (2018). Eroding journalism due to conflicts between news media and portal. *Kwanhun Journal*, 60(3), 91-100.
- Lee, W. S. (2019, May 23). Press union called for “Naver should apologize for excluding local media”. *Kyungangilbo*. URL: <http://www.ksilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=695510>
- Lim, J. (2017). A question of symbiosis between Naver and news media. *Kwanhun Journal*, 144, 18-25.
- Local Press Committee (n.d.). Fund support report. URL: [http://www.cln.or.kr/n\\_sub3\\_10.php](http://www.cln.or.kr/n_sub3_10.php)
- McCain, T. A., & Lowe, G. F. (1990). Localism in Western European radio broadcasting: Untangling the wireless. *Journal of Communication*, 40, 86-101.

- Meijer, I. C. (2010). Democratizing journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342.
- Mun, J. (2017). Recognition of boundaries and humanities of locality. In J. Mun, M. Rhee, M. Cho, Y. Cha, K. Park, S. Lee,...S. Jang (Eds.), *Discourses of locality and humanities* (pp. 23-52). Seoul: Somyong.
- Negrine, R. & Lilleker, D. (2003). The rise of a proactive local media strategy in British political communication: Clear continuities and evolutionary change 1966-2001. *Journalism Studies*, 4, 199-211.
- Park, C. W., Kim, K. H., & Shin, J. A. (2019). *Local contents and culture mapping*. Seoul: Hankuk University of Foreign Studies Knowledge Press.
- Park, S. S. (2019, August 12). Naver invites three additional local media to appease angry local opinion?, *PD Journal*. URL: <https://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=70356>
- Radcliffe, D. (2012). *Here and now: UK hyperlocal media today*. London, UK: Nesta. Retrieved from [https://www.nesta.org.uk/documents/19/here\\_and\\_now\\_uk\\_hyperlocal\\_media\\_today.pdf](https://www.nesta.org.uk/documents/19/here_and_now_uk_hyperlocal_media_today.pdf)
- Rao, S. (2011). The "LOCAL" In global media ethics. *Journalism Studies*, 12(6), 780-790.
- Rhee, M. (2017). Problems of existence and perception about locality. In J. Mun, M. Rhee, M. Cho, Y. Cha, K. Park, S. Lee,...S. Jang (Eds.), *Discourses of locality and humanities* (pp. 53-79). Seoul: Somyong.
- Roh, K. Y., & Lee, J. B. (2017). *Exploring alternative and freedom of space in virtual reality*. Paju: Hanul mplus.
- Ryu, H. H. (2006). Achievements and Tasks of the local press committee. *Proceedings of Annual Spring conference of the The Korean Society for Journalism & Communication Studies*, 673-684.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social science* (3rd ed.). New York, NY: Teachers College Press.
- Song, H., & Yang, J. (2017). Online news portal service and changes in news distribution: Big data analysis of Naver news in 2000-2017. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 61(4), 74-109.
- Thurman, N., Pascal, J., & Bradshaw, P. (2012). Can big media do big society? A critical case study of commercial, convergent hyperlocal news. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 8(2&3), 269-285.
- Yang, S. -H. (2013). Time series analysis of terrestrial TV news in Daejeon & Chungnam: Focusing on realization of locality. *Journal of Social Science*, 24(4), 195-216.

- Yoon, S. -M., Kim, H. -J., Yoon, T. -J., & Moon, T. -J. (2004). Broadcasting localism in its ideal and actuality. *Media & Society*, 12(2), 121-156.
- Yoon, J. -S., & Lee, O. -H. (2011). A Study on the ways for local governments to control local media: Focusing on the areas of Gwangju and Jeonnam. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(4), 358-381.
- Yoon, S. H. (2018, August 1). Before constructing Starfield's Changwon, a 'surrounding commercial district impact investigation' should be performed. *OhmyNews*, URL: [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002459739](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002459739)

최초 투고일 2020년 10월 9일  
게재 확정일 2021년 1월 29일  
논문 수정일 2021년 2월 5일

## 부록

- 강경국 (2017, 6, 5). 노창섭 의원, "신세계 스타필드 창원 건립 중단해야", 〈뉴시스〉. URL: [https://newsis.com/view/?id=NISX20170605\\_0000003981](https://newsis.com/view/?id=NISX20170605_0000003981)
- 강명현 (2005). 지역방송 프로그램의 질적 평가: 지역성 지수 개발을 위한 시론적 연구. 〈방송통신연구〉, 통권 61호, 177-202.
- 강명현 (2013). 지역방송 프로그램의 질적 측정을 위한 척도개발 및 평가에 관한 연구. 〈한국방송학보〉, 27권 6호, 7-36.
- 김동윤·김성혜 (2013). 열악한 인프라와 차별성 없는 뉴스: 지역신문의 뉴스 콘텐츠 전문성과 공정성 평가. 〈언론과학연구〉, 13권 2호, 85-122.
- 김송희·유종원 (2012). 지역신문의 지역성 구현 방식에 관한 질적연구: 미국 〈콜롬비아 데일리 트리뷴〉을 중심으로. 〈언론과학연구〉, 12권 4호, 107-140.
- 김영수·강경수 (2013). 로컬 미디어의 진화 방향에 대한 탐색적 연구: 『경남도민일보』 사례를 중심으로. 〈한국소통학보〉, 통권 22호, 190-217.
- 김영수·강경수 (2014). AHP를 이용한 지역언론인들의 지역성 평가요인의 우선순위 분석: 지역신문 기자들의 인식을 중심으로. 〈한국언론학보〉, 58권 1호, 331-355.
- 김영수·김연식 (2011). 지역신문 멀티미디어 콘텐츠 생산과 지역성 구현에 관한 연구: 부산일보 사례를 중심으로. 〈언론과학연구〉, 11권 4호, 174-202.
- 김영수·이근용 (2010). 지역방송의 신지역주의와 콘텐츠 전략. 〈한국방송학회 학술대회 논문집〉, 25-42.
- 김영수·임종수 (2010). 지역방송인들의 신지역주의 전략에 대한 인식 연구. 〈방송통신연구〉, 통권 72호, 103-129.
- 김영수·임종수 (2011). 지역문화브랜드 콘텐츠를 활용한 지역방송 콘텐츠 현황과 인식에 관한 연구. 〈언론과학연구〉, 11권 1호, 5-42.
- 김옥한 (2015, 12, 3). 하이퍼컬리터란 이런 것이다! 〈PD저널〉. URL: <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=57164>
- 김위근 (2014). 포털 뉴스서비스와 온라인 저널리즘의 지형: 뉴스 유통의 구조 변동 혹은 권력 변화. 〈한국언론정보학보〉, 통권 66호, 5-28.
- 김희돈 (2019, 7, 1). '네이버 지역 차별 규탄' 릴레이 1인 시위. 〈부산일보〉. URL: <http://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2019070119422110160>

- 노기영·이준복 (2017). 〈뉴미디어와 공간의 전환: 가상현실 공간의 대안성과 자유에 대한 탐구〉. 파주: 한울엠플러스(주)
- 류한호 (2006). 지역신문발전위원회의 성과와 과제. 〈한국언론학회 학술대회 발표논문집〉, 673-684.
- 문종대·안차수 (2013). 디지털 구조조정 시대의 지역신문 생존전략. 〈지역과 커뮤니케이션〉, 17권 2호, 33-61.
- 박수선 (2019, 8, 12). 네이버, 지역언론사 3곳 추가 입점 추진...성남 지역어론 달래기?. 〈PD저널〉. URL: <https://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=70356>
- 박치완·김기홍·신정아 (2019). 〈로컬콘텐츠와 걸쳐 매핑: 디지털 사회를 이해하는 소통의 플랫폼, 지도〉. 서울: 한국외국어대학교 지식출판콘텐츠원.
- 송해염·양재훈 (2017). 포털 뉴스 서비스와 뉴스 유통 변화. 〈한국언론학보〉, 61권 4호, 74-109.
- 안수근 (2018). 케이블TV 지역채널 운영 전략 연구: 지역성과 다양성을 중심으로. 〈지역과 커뮤니케이션〉, 22권 3호, 36-72.
- 양선희 (2013). 대전·충남 지역 지상파 TV 뉴스의 시계열적 분석: 지역성 구현을 중심으로. 〈사회과학연구〉, 24권 4호, 195-216.
- 윤석민·김희진·윤상길·문태준 (2004). 방송에서의 이념형적 지역주의와 그 현실적 전개. 〈언론과 사회〉, 12권 2호, 121-156.
- 윤성호 (2018, 8, 1). 스타필드 창원입점 전 '주변 상권영향조사' 해야. 〈오마이뉴스〉. URL: [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002459739](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002459739)
- 윤주성·이오현 (2011). 지방정부의 지역언론 통제방식에 관한 연구: 광주·전남 지역을 중심으로. 〈한국언론학보〉, 55권 4호, 358-381.
- 이근용 (2014). 행위자 네트워크 이론으로 본 지역성과 지역방송의 역할. 〈지역과 커뮤니케이션〉, 18권 1호, 135-164.
- 이명수 (2017). 로컬리티에 관한 존재와 인식의 문제. 문재원 외 (편), 〈로컬리티 담론과 인문학〉 (53-79쪽). 서울: 소명출판.
- 이상봉 (2017). 스케일의 측면에서 본 로컬공간의 대안적 의미와 가능성. 문재원 외 (편), 〈로컬리티 담론과 인문학〉 (178-211쪽). 서울: 소명출판.
- 이슬기 (2017, 4, 26). 창원 39사 부지 '스타필드' 쇼핑몰 입점 계획에 '갑론을박'. 〈경남신문〉. URL: <http://m.knnews.co.kr/mView.php?idxno=1213012>
- 이시우 (2006, 3, 23). GM대우, 오늘은 기자 출입금지?. 〈경남도민일보〉. RL:

- <http://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=181581>
- 이완수 (2018). 언론포털 갈등에 저널리즘이 망가진다. <관훈저널>, 60권 3호, 91-100.
- 이왕수 (2019, 5, 23). 언론노조 “네이버 지역언론 배제 사과” 촉구. <경상일보>. URL: <http://www.ksilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=695510>
- 이인우·심산 (1998). <세상을 바꾸고 싶은 사람들: 한겨레신문 10년의 이야기>. 서울: 한겨레신문사.
- 이재신·이영수·이민영 (2009). 포털 중심의 뉴스 소비환경이 뉴스통신사의 역할에 미친 영향. <언론과학연구>, 9권 3호, 355-387.
- 이정훈 (2020, 9, 22). 스타필드 창원점 교통영향평가 부실...피해는 시민 몫. <연합뉴스>. URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200922147400052>
- 임영호 (2002a). 공간 이론을 통해 본 한국 방송학의 정체성 문제: 지역방송 관련 연구를 중심으로. <한국방송학보>, 16권 2호, 275-303.
- 임영호 (2002b). <전환기의 신문 산업과 민주주의>. 서울: 한나래.
- 임영호 (2013). <신문원론>. 서울: 한나래 출판사.
- 임종섭 (2017). 포털 공통 네이버 언론과 상생할 수 있을까. <관훈저널>, 144, 18-25.
- 조향제 (2009). <한국방송의 이론과 역사>. 서울: 논형.
- 주정민 (2018). 종합유선방송 사업자의 지역 사업권과 지역성 구현에 관한 연구. <방송통신연구>, 통권 102호, 80-103.
- 지역신문발전위원회 (n.d.). 자금지원 현황. URL: [http://www.cln.or.kr/n\\_sub3\\_10.php](http://www.cln.or.kr/n_sub3_10.php)
- 최낙진 (2004). 지역신문 뉴스 프레임 비교: 핵폐기장 관련 보도를 중심으로. <한국언론정보학보>, 통권 27호, 283-316.
- 한국언론진흥재단(2019a). <2019 한국언론연감>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 (2019b). 2019 언론수용자 조사 (조사분석 2019-01). 서울: 한국언론진흥재단.
- 한진만·박은희·정인숙·주정민 (2017). <새로운 방송론>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 허완·정철운 (2013, 6, 1). 지역신문의 살 길, 결국 지역에 있다. <미디어오늘>. URL: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=109759>
- 황희진 (2019, 4, 4). 언론노조 기자회견 “지역 신문법 개정 요구”. <매일신문>. URL: <http://news.imaail.com/SocietyAll/2019040415474956535>
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. 윤형숙 (역) (2002). <상상의 공동체: 민족주의의 기원과 전파에 대한 성찰>.

과주: 나남.

- Connery, C. L. (1996). Oceanic and regional imagination. In R. Wilson & W. Dissanayake (eds.), *Global/Local: Cultural production and the transnational imaginary* (pp. 284-311). 김용규 (역) (2019). <글로벌/로컬: 문화 생산과 초국적 상상계>. 서울: 에코리브르.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions* (2nd ed.). 조홍식 · 정선욱 · 김진숙 · 권지성 (공역) (2010). <질적 연구방법론: 다섯 가지 전통>. 서울: 학지사.
- Gläser, J., & Laudel, G. (2009). *Experteninterviews and qualitative inhaltsanalyse* (3rd. ed). 이상수 · 정수정 (공역) (2012). <전문가 인터뷰와 질적 내용분석>. 서울: 커뮤니케이션북스
- Jankowski, N. W., & Wester, F. (1991). The qualitative tradition in social science inquiry: Contributions to mass communication research. In K. B. Jensen & N. W. Jankowsky (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 44-74). 김승현 · 김신동 · 김영찬 · 김예란 · 윤태진 · 이상길 · 전규찬 (공역) (2004). <미디어 연구의 질적 방법론>. 서울: 일신사.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social science* (3rd ed.). 박혜준 · 이승연 (공역) (2009). <질적 연구 방법으로서의 면담: 사회과학 분야의 연구자들을 위한 안내서>. 서울: 학지사.

## 지역 언론의 구조적 악순환과 전략적 대안

강주현

(부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 강사)

최창식

(부산대학교 교육인증원 강사)

지리적 공간에 기반했던 전통적 개념의 지역성이 교통과 통신 등의 발달로 인해 다층적이고 복합적인 지역성 개념으로 진화하고 있다. 지역 언론 역시 달라진 매체 환경 속에서 새로이 지역성을 확립하고 그들 나름의 생존과 발전을 모색해야 할 상황에 처했다. 이 연구는 지역지 기자, 전국지 지역 담당 기자들과 심층 인터뷰를 통해 그들이 현재 인식하는 지역성의 개념, 지역 언론의 존재 가치, 지역 언론의 위기 인식 및 원인 진단, 그들이 생각하는 대안을 살펴보았다. 그 결과, 지역지 기자들은 우선 전통적인 공간 중심의 개념으로 지역 보도에 접근했으며, 스스로를 지역의 사관(史官), 지역민의 대변자, 지역 이익의 수호자로 인식했다. 그러나 포털 중심의 온라인 저널리즘 환경이 형성되면서 지역 언론이 배제된 뉴스 유통 구조가 지역 언론의 영향력 약화와 지역 언론의 경제적 토대를 붕괴시키는 원인이 되었다고 진단했다. 또한, 지역 언론 내부 문제점으로는 변화에 기민하게 대응하지 못하는 편집국의 보수적 문화, 지역 뉴스 이용자의 참여 한계 등을 토론했다. 지역 언론의 생존 방안으로 지역 기자들은 동영상 콘텐츠 등을 제작하며 종래의 틀을 벗어날 필요성을 제기하였다. 이어 지역 언론의 새로운 활로로 제시되어 온 신지역주의나 하이퍼-로컬리즘에 관한 지역 언론인들의 인식을 알아보았다.

**핵심어:** 지역 언론, 지역성, 신지역주의, 하이퍼 로컬리즘