

‘읽고 싶어 흠치기까지 하는 신문’의 비결: 〈옥천신문〉 플랫폼화 사례 분석*

김재영†

충남대학교 언론정보학과

뉴스 사막 현상이 공공연하게 거론되는 시대에 군 단위에서 주간으로 발간되는 〈옥천신문〉은 우리 사회에서 이례적인 존재다. 본 연구는 〈옥천신문〉의 성공 비결 도출을 목적으로 한다. 특히 1989년 창간 이후의 변화를 플랫폼화 측면에서 분석했다. 플랫폼화의 요체를 제품 또는 서비스의 핵심가치, 개방성, 사용자 경험, 하이브리드라고 도출했다. 이를 분석틀로 삼아 〈옥천신문〉 지면과 기존 자료 등을 활용했다. 관찰과 인터뷰도 병행했다. 분석 결과, 〈옥천신문〉은 풀뿌리 지역주간지의 핵심가치에 충실하고, 개방성의 정도와 범위는 기능적 수준을 넘어 실질적이며, 두 배 가까운 구독료 인상이 변수가 되지 않을 정도로 사용자 경험의 차원이 높고, 하이브리드의 전형을 넘어 온라인 내 양동 전략까지 구사할 만큼 선도적임을 확인했다. 〈옥천신문〉 사례는 미디어 환경이 급변할수록 언론 본연의 기능 수행이 중요하며 그 핵심은 편집권 독립이라 제시했다. 더불어 구독경제, 참여 저널리즘, 솔루션 저널리즘 등 언론의 미래가치와도 쉽게 연동된다고 논했다.

주요어: 옥천신문, 지역 언론, 플랫폼, 편집권 독립

* 이 논문은 2020년 9월 한국지역언론학회 정기학술대회에서 발표한 프로시딩에 기초했으며, 2017년 정부(교육부) 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A3A2065831).

† 단독저자 : 김재영, 충남대학교 언론정보학과 교수, 대전광역시 유성구 대학로 99, E-mail : jaekim@cnu.ac.kr

■ 최초투고일 : 2020년 11월 22일 ■ 심사마감일 : 2020년 12월 27일 ■ 게재확정일 : 2021년 1월 12일

1. 문제제기

우리 사회에서 지역 언론의 위기는 어제오늘의 얘기가 아니다. 구조와 행위 차원에서 여러 요인이 중층적으로 작용한 귀결임을 감안하더라도 <디지털 뉴스 리포트 2020>(이소은, 박아란, 2020) 조사 결과는 뼈아프게 다가온다. 총 40개 국가에서 80,155명을 대상으로 수행한 온라인 설문 결과, 지역뉴스에 대한 관심도 항목에서 한국이 12%로 가장 낮게 나타났다. 게다가 우리나라는 뉴스 전반에 대한 신뢰도도 21%에 불과해 40개국 중 가장 낮았다.¹⁾ 이 조사에서 상관 또는 인과 관계를 논하진 않았으나 지역신문에 대한 무관심이 낮은 신뢰도에서 기인함을 추론케 하는 대목이다.

지역 언론이 처한 위기는 비단 우리나라만의 현상이 아니다. 2018년 11월 미국에서 ‘뉴스 사막(news desert)’이라는 충격적 표현을 사용한 보고서(Abernathy, 2018)가 발간되어 큰 반향을 불러일으켰다. 요지는 미국에서 종이신문의 입지가 약화하면서 신문사가 하나도 없거나 신문사가 수가 현저히 감소해 본래 기능을 상실하는 지역이 다수 발견된다는 것이었다.²⁾ 미국은 지역 언론, 특히 신문이 지역 공동체(local community)의 구성체로 자리 잡은 대표적인 나라다. 미국인에게 지역 일간지가 한 세기 이상 민주주의의 토템처럼 기능해 왔음을(Anderson, Dardenne, & Killenberg, 1996/2006, xiii쪽) 감안할 때 미국의 뉴스 사막화는 이례적일 뿐 아니라 민주주의

의 위기로도 해석된다. 실제로 2016년 미국 대통령 선거에서 트럼프가 당선된 배경에는 뉴스 사막의 확산으로 가짜뉴스를 제어하지 못한 지역신문사의 부재가 있었다고 분석되기도 한다.

지역 언론을 둘러싼 암울한 신호들 속에서 <경향신문>이 2020년 2월8일 토요일 커버스토리로 다룬 기사 ‘읽고 싶어 훔치기까지 하는 신문… 지금도 있다, 옥천에’(김민아, 2020)는 각별한 의미를 던진다. 기사는 2019년에 창간 30주년을 맞은 <옥천신문>의 현황에서 출발한다. “다섯 집 중 한 집이 구독”하며 “신문이 배달되면 줄 쳐가며 너털너털해질 때까지 읽는 독자들”이 많고 “아파트에서는 자주 ‘도난사고’(배달사고가 아니다)가 생”기며 “지인들 사이에 시비가 붙으면 ‘너, 그러다 옥천신문에 나는 수가 있어’라는 이야기가 오”가고 “신문이 발행된 금요일에는 기사를 칭찬하거나 비판하는 전화가 쏟아”져 “기자들(이) ‘금요대란’이라” 일컫는 현상들을 소개한다. 이어 그 비결이 “문턱을 낮추고 주민 목소리에 귀 기울인 결과”라 해석한다. 그리고 취재, 편집·디자인, 경영을 담당하는 직원들의 입사 경로와 동기를 비롯해 <옥천신문>이 지역주민의 두터운 신뢰를 받는 배경에 대한 구성원들의 견해를 전한다. 이들의 목소리는 “‘독자 퍼스트’ 전략을 쓰면서 밀접한 관계성을 유지”한 덕분에 “독자들[이] 옥천신문을 ‘자기신문’이라고 생각하는 것”으로 수렴된다. “신문사 기자들의 휴대전화 번호는 사실상 ‘공공재’에 가까울 정도”라고 한다.

뉴스 사막 현상이 공공연하게 거론되는 시대에

1) 이와 관련해 보고서는 우리나라의 경우, 중립 응답 비율이 45%로 40개국 평균인 32%보다 높아 결과 해석에 주의를 요한다고 밝혔다. 즉, 뉴스 전반에 대한 신뢰 여부를 밝히기보다 판단을 보류한 응답자가 다른 나라에 비해 많다는 뜻이다.

2) 2004년 이후 미국에서는 60여 개의 일간지와 1,700여 개의 주간지 등을 포함해 대략 1,800개의 신문사가 문을 닫았다. 신문사만 사라진 게 아니다. 15년 전 1억 2,200만 명이던 신문 구독자는 7,300만 명으로 절반 가까이 줄어들었다. 뉴스 사막이 확산하면서 뉴스 공백 위험에 처하게 된 카운티는 거의 200개에 달했다. 다른 1,449개 카운티에는 오직 하나의 신문사만이 남은 상황이다(류동협, 2018).

군 단위에서 주간으로 발간되는 <옥천신문>은 우리 사회에서 이례적이면서도 각별한 존재다. 이에 따라 종종 학문적 분석의 대상이 되기도 했다.³⁾ 본 연구는 ‘읽고 싶어 흠치기까지 하는’ <옥천신문>의 성공 비결 도출을 목적으로 한다. 특히 1989년 창간 이후 30년 넘게 진행된 <옥천신문>의 변천을 ‘플랫폼화(platformization)’ 측면에서 분석하고자 한다. “정보를 핵심 재료로 다루는 산업은 모두 플랫폼 혁명의 후보 대상”(Parker, Van Alstyne, & Choudary, 2016/2017, 33쪽)이다. 이를 통해 좀처럼 혁신 동력을 찾지 못하고 있는 지역신문을 포함한 언론 전반에 시사점을 제시하고자 한다.

2. 학술적 배경

1) 분석 대상으로서 <옥천신문>의 특이점

<옥천신문>은 매체 분류상 지역종합주간지(community newspaper)에 속한다. 지역주간지의 원조는 1988년 12월1일 창간한 <홍성신문>이다. 이 신문은 1987년 6월 항쟁과 1988년 지방자치법 개정을 거치며 지역의 행정기관을 감시·비판하고 기득권 언론이 외면한 지역민의 목소리를 대변하는 매개체를 지향하며 등장했다. 특징적인 사실은 1988년 5월15일에 국민주 모금으로 창간한 <한겨레신문>의 사례를 차용해 ‘군민주’ 방

식을 택했다는 점이다(장호순, 1998, 156-157쪽). <홍성신문>은 마치 ‘퍼스트 펄권’처럼 기능했다. <홍성신문> 출범 직후 이에 자극받거나 직접 도움을 받아 창간하는 지역주간지가 하나둘 등장하기 시작한 것이다. <홍성신문> 창간 10개월 뒤인 1989년 9월30일 군민주 모집으로 창간한 <옥천신문>⁵⁾도 그 중 하나였다.

본 연구의 분석 대상인 <옥천신문>은 창간 이후 다른 언론에서 찾아볼 수 없는 고유의 특징을 보였다. 첫째, 기존 언론 관행의 타과다. <옥천신문>이 군민주 방식으로 창간한 이유 자체가 경영진의 부당한 편집권 간섭을 근본적으로 차단하기 위해서였다.⁶⁾ 당시 대다수 군 단위 지역이 그러했듯이 옥천군 내에도 일부 유지급 인사들이 여론주도층을 형성하고 있었다. <옥천신문>은 주민 편에 서서 권력 집단을 가차 없이 비판하는 것은 물론 지역에서 관행적으로 행해졌던 크고 작은 부패의 고리를 끊었다. 통상적으로 행해지던 촌지 관행을 폭로하고 언론사에 일률적으로 배정되던 군 예산 사용 광고와 주민계도지 보급 등 언론계의 민감한 사안을 보도하는 데 주저하지 않았다. 이로 인해 기득권 세력과 대척하는 불편한 관계를 감수하지 않을 수 없었다.⁷⁾

둘째, 성역 없는 보도를 통해 지역주간지로는 이례적인 전국적 지명도를 획득했다. <옥천신문>은 초창기부터 옥천과 인근 지역에서 벌어진 ‘보도연맹 학살 사건’ 등 왜곡된 현대사를 발굴하는 데 역점을 두었다. 1998년에는 일제하 반민족 행위

3) 발간연도 순으로 장호순(1998; 2001), 차재영(2002; 2008), 강용배(2003), 김재영(2006), 임정빈(2008)이 이에 속한다.
 4) 창간 당시 제호는 <주간홍성>이었다.
 5) 당시 옥천군 내는 물론 옥천이 고향이면서 외지에서 생활하는 226명의 주주들이 <옥천신문> 창간에 동참했다.
 6) 현재 옥천신문사 이사회에는 자사 노동조합위원장이 직원이사로, 자영업자와 대학생 등이 사내이사로 있다.
 7) 2000년 당시 <옥천신문> 취재부장이었던 이안재(2000)는 당시 기득권 세력의 부정적 태도와 견제가 귀찮았다고 밝혔다. 취재 현장에서 <옥천신문> 기사를 사이버 기자 취급하는 등 초창기 <옥천신문>에 대한 인식은 냉혹함 그 자체였다고 한다.

바로알기 차원에서 ‘조선일보를 해부한다’ 시리즈를 3개월 동안 연재하고 소재자 <조선일보 없는 아름다운 세상> 400만 부 보급 운동을 전개했다(이수강, 2004; 이정은, 2005; 정지환, 2001). 이를 통해 <옥천신문>은 언론개혁과 <조선일보> 절독 등 안티조선운동의 성지로 명명되었다⁸⁾

셋째, 매출 구조의 건전성이다. 2019년 기준 <옥천신문> 매출액은 6억 5,739만 1,034원이었다. 이는 구독료 수입 3억 6,047만 7,440원과 광고료 수입 2억 9,691만 3,594원으로 구성되었다. 여기에 충청북도에서 유일하게 15년 연속 지역신문발전기금 우선지원 신문사로 선정돼 받은 기금 지원금 8,857만 6,179원 등의 영업외 수익을 더해 총 8억 5,111만 3,262원의 수입을 기록했다. 수입·지출 결산에서 7,787만 5,402원의 당기순손실이 발생했으나(옥천신문, 2020) 구독료 수입이 광고 수입을 능가하는 <옥천신문>의 경영 지표는 매우 특별하다. 무엇보다 국내 종이신문과 인터넷신문의 2018년 기준 매출액이 광고수입(60.3%), 부가사업과 기타사업수입(21.2%), 종이신문 판매

수입(10.3%), 인터넷상의 콘텐츠 판매수입(8.3%)으로 이루어져 있는 것과 현저히 대비된다. 종이신문에 한정하더라도 광고수입(60.1%), 부가사업과 기타사업수입(19.9%), 종이신문 판매수입(11.8%), 인터넷상의 콘텐츠 판매수입(8.2%)으로 대동소이하다⁹⁾ 우리나라 언론사의 매출 구조는 광고수입이 60%를 차지할 정도로 그 비중이 압도적이며, 구독료 수입은 10% 남짓에 불과하다. 2018년 기준 553개에 달하는 지역주간지는 사업체 당 평균 매출액이 1억 원 내외로 영세한 경우가 대다수임을 감안할 때 지역주간지의 광고 의존도는 더 클 것으로 추정된다.

넷째, 규모와 충성도 면에서 탄탄한 구독자의 형성이다. 구독료 수입이 광고 수입을 상회하는 <옥천신문>의 매출 구조는 최근 현상이 아니다. 이수강(2004)에 따르면, 2004년 당시에도 구독료와 광고의 비율이 50:50이었다¹⁰⁾ 이는 <옥천신문>이 십 수 년에 걸쳐 적잖은 독자를 지속적으로 보유하고 있음을 뜻한다. 동시에 <옥천신문>에 대한 독자의 신뢰가 견고함을 시사한다. <옥

- 8) 옥천은 정치의식 면에서 보수적인 곳으로 평가되었다. 옥영수의 고향으로 옥천 주민들은 어릴 때부터 그를 ‘국모’로 여겼다. 제3공화국에서 제5공화국에 이르기까지 권력 핵심에 가까운 인사들이 강력한 영향력을 행사했다(강용배, 2003, 197쪽). <옥천신문>이 <조선일보>의 친일 행각을 연속 보도하면서 많은 주민이 <조선일보>를 다시 보게 되었고 이를 바탕으로 2000년 8월15일 ‘조선일보 바로보기 옥천시민모임(옥천물총)’이 출범했다(이수강, 2004, 149쪽). 다른 한편, 옥천은 독립운동가 김규홍과 조동호를 비롯해 한국 현대사의 선구자로 해방 후 <경향신문> 주필로 활동한 시인 정지용과 <한겨레신문> 초대 사장을 역임한 송건호의 고향이기도 하다. 2003년부터 매해 ‘송건호 언론문화제’가 열리고 있다. 원로 언론인 정경희(2003)는 제1회 옥천언론문화제에 참석한 뒤 다음과 같은 소감을 남기기도 했다. “‘안티조선’을 지지하건 반대하건 옥천을 보지 않고 오늘의 한국 언론을 이해하고 말할 수는 없다 … 인구 6만의 조용한 소도시 옥천읍은 기득권이 지배하는 망망대해 속에 떠있는 작은 섬과도 같았다. 37년 기득권 집단, 그리고 그들과 유착돼 있는 거대 신문들에 포위된 하나의 점(點)이었다. 그러나 옥천이 과연 대한민국 땅인지 믿어지지 않을 만큼 아예 판판의 세계였다. 언론문화제가 열려 사람들이 북적대는 이틀 동안 … 푸른 얼룩무늬 유니폼을 입은 해병전우회 회원들이 ‘안티조선’을 위해 현장정리를 하고, 경찰관들이 교통정리를 하는 도시. 모든 사람들이 자연스럽게 ‘언론개혁’을 말하고, ‘언론개혁’을 붓으로 쓴 깃발들이 줄져 서있는 행사장. 그동안 단편적인 사건보도를 통해 알고 있었던 옥천은 처음 보는 별천지였다. … 옥천의 ‘안티조선’은 이 나라 최초이자, 성공한 언론소비자운동이다. 거대 신문이 세상을 지배하는 현실 속에서 옥천은 하나의 실험실이자, 조용한 혁명의 현장이다. … ‘안티조선’은 개인적인 지지·반대를 떠나 하나의 놀랄만한 ‘사건’이다. 충북 내륙 인구 6만의 소도시에서 일어난 이 ‘미디어 혁명’은 세상을 지배하는 언론매체의 힘과 그 한계를 아울러 생각해 하는 놀라운 이변이다.”
- 9) 여기서 참고한 데이터는 2018년도 경영 실적에 의거한 신문 산업 실태조사(한국언론진흥재단, 2019) 결과에 입각한 것이다.

천신문>이 창간 30주년이 되는 2019년 1월1일부터 구독료를 기존 월 6천원에서 1만원으로 대폭 인상하는 조치를 취했음에도 구독자의 이탈 없이 안정한 사실이 이를 방증한다.

1989년 창간 이후 현재까지 <옥천신문>의 운영 과정에서 두드러지게 나타난 특징은 기존 언론 관행의 타파, 성역 없는 보도, 매출 구조의 건전성, 규모와 충성도 면에서 견고한 구독자의 형성으로 집약된다. 비단 지역주간지 범주에 한정하지 않고 언론 전체로 범위를 넓히더라도 우리 사회에서 찾아보기 어려운 현상이다. 무엇보다 주목할 점은 <옥천신문>의 네 가지 특이점이 언론 본연의 파수꾼 역할에 충실하고 언론의 생명이라 불리는 독자의 신뢰에서 비롯한 원인이자 결과라는 사실이다. 이는 <옥천신문>을 사례 분석할 필요하고도 충분한 조건을 이룬다.

2) 플랫폼의 특징과 요체

플랫폼이 대세인 시대다. 국내외를 막론하고 시가총액 상위권을 차지하던 기업의 상당수가 뒷전으로 밀려나고 그 자리를 이룬바 플랫폼 기업들이 채우고 있다(이종우, 2020; 황혜정, 2018). 이에 발맞춰 게임의 규칙을 바꾼 파괴적 혁신의 과정과 현황을 분석하거나(김국현, 2018; 이지호, 2016) 미디어 산업에서 벌어지는 패권 경쟁의 양상을 조명하는(김조한, 2017) 시도가 부쩍 늘었다. 서르닉(Srnicek, 2017/2020)처럼 21세기 자본주의의 새로운 유형으로 ‘플랫폼 자본주의’를 제안

하는 경우도 있다. 플랫폼 시대가 장밋빛인 것만은 아니다. 플랫폼 자본주의가 노동의 외주화를 통해 새로운 착취와 수탈을 구조화하는 면도 있다(이광석, 2017; Ravenelle, 2019/2020). 행태에 대한 해석이나 평가를 떠나 플랫폼 현상을 건너뛰고 산업의 전망을 논하기 어려운 시대임은 분명하다.

플랫폼이 현재와 미래 비즈니스의 핵심으로 부상했음에도 그 개념이나 작동 원리는 명확히 정립되지 않았다. 본래 플랫폼은 특정 장치나 시스템 등을 구성하는 기초 혹은 골격을 의미했다. 정보통신기술(Information and Communication Technology)이 발달하면서 플랫폼은 넓은 의미로 확장되었다(김조한, 2017, 15쪽). 통상 기차역에 비유해 수많은 승객이 모여들면서 음식점, 편의점, 옷 가게, 서점 등 다양한 비즈니스가 파생하는 물리적·비물리적 공간을 일컫는다. 즉, 다양한 이해 관계자들의 매개를 촉진하는 장으로서 이들이 상호작용하면서 거래가 발생하고 각자 원하는 가치를 교환·창출하는 비즈니스라 정의된다. 따라서 플랫폼의 핵심은 연결과 개방성이며, 본질은 상호작용을 증대함으로써 네트워크 효과를 창출하는 것이 된다. 이처럼 일반적 차원에서 플랫폼에 대한 설명이 가능하나 구체적 산업이나 기업 단위에서는 그 작동 방식이나 이해관계자들의 역할이 다르기에 일반적 규정에 한계가 있다(황혜정, 2018, 1-2쪽).¹¹⁾

주목할 점은 플랫폼이 부상한 배경이다. 산업화 시대에는 규모의 경제(economies of scale)가 성

10) 당시 <옥천신문>의 배포부수는 3,559부였다. 옥천군청에 따르면, 2004년 7월31일 기준 옥천에 5221명, 20,871세대가 거주했다. 이는 <옥천신문> 배포 수가 100인당 6.2부이며 100세대당 17.1부에 달하는 규모다. 이를 전국 인구수 4,800만 명에 단순 대입하면 297만 부에 해당한다.

11) 예컨대, 서르닉(Srnicek, 2017/2020)은 플랫폼의 유형을 다음의 다섯 가지로 구분했다. ① 구글과 페이스북 등의 광고 플랫폼 ② 아마존과 마이크로소프트처럼 하드웨어나 소프트웨어를 대여하는 클라우드 플랫폼 ③ 제너럴일렉트릭과 지멘스처럼 스마트공장부터 물류까지, 전통적인 제조업이 변화한 산업 플랫폼 ④ 자동차 등을 빌려주는 제품 플랫폼 ⑤ 청소와 장보기 등의 서비스를 주문하는 린(lean) 플랫폼.

장 동력의 요체였다. 불특정 다수를 대상으로 한 매스미디어와 매스마케팅이 평균 비용을 낮추고 경쟁자의 진입을 제어할 수 있었다. 규모 자체가 경쟁력의 원천이었다. 따라서 모든 기업은 업종을 막론하고 규모를 확대하는 데 주력했다. 네트워크 사회의 도래는 게임의 규칙을 바꾸었다. ICT의 발달로 공급과 수요 두 측면 모두에서 매개 여건이 달라졌기 때문이다. 공급 차원에서는 플랫폼 구축과 확장이 저렴하고 손쉬워졌다. 수요 측면에서는 네트워크 고도화와 단말기 확산 등으로 플랫폼 참여자가 비약적으로 증가했다. 이에 따라 과거에는 불가능했던 기업 간, 개인 간 상호작용과 협업이 용이해지고 플랫폼의 범위는 물론 속도, 편의성, 효율성이 크게 향상되었다. 개개인의 수요에 소구하는 대량 맞춤화(mass customization)가 가능해지고 시장이 세분화되면서 성장 동력의 무게중심이 탈 규모의 경제(economies of unscale)로 이동했다(황혜정, 2018, 3-4쪽). 이는 산업과 기업의 플랫폼화가 일시적 열풍이 아니라 되돌릴 수 없는 미래가치임을 시사한다.

플랫폼의 구축과 운영 자체가 성공을 담보할 리는 만무하다. 플랫폼의 성패는 일차적으로 경쟁력 있는 제품에서 출발한다. 이는 제품의 핵심가치를 토대로 적정한 규모의 고객층을 형성할 수 있게 하는 기본 요건이기도 하다. 제품에 대한 충성도가 다수 고객층 확보로 이어지는지 여부는 플랫폼 경쟁에서 성패를 좌우하는 일차적 관문에 해당한다(황혜정, 2018, 10쪽).

플랫폼을 매개로 한 가치 창출의 원동력은 생산과 소비 시장의 참여자를 최대한 많이 확보할 뿐

만 아니라 이들 간의 상호작용을 촉진하고 거래 비용을 줄이면서 네트워크 효과를 극대화하는 데 있다. 플랫폼 비즈니스의 주요 자산은 생산자와 소비자로 엮인 네트워크이기 때문이다¹²⁾ 이를 고려할 때 플랫폼 형성과 유지, 나아가 확장을 좌우하는 경쟁 우위의 원천은 개방성과 사용자 경험(User eXperience)에 있다고 할 수 있다. 개방성은 가치 창출의 기반이 규모의 경제에서 탈 규모의 네트워크 효과로 이동하는 플랫폼 경제에 조응하는 운영 원리에 해당한다. 사용자 경험은 플랫폼의 시스템이나 기능을 넘어 이용자가 플랫폼 안에서 관찰, 활동, 상호교감하면서 느끼고 생각하는 총체적 경험을 일컫는다.

아울러 플랫폼은 기존 제품에서 자연스럽게 파생되면서 오프라인과 온라인이 하이브리드(hybrid) 형태로 조성되는 경우가 많다. 오프라인에 기반을 둔 업체 입장에서 하이브리드 플랫폼 모델은 기존 방식에 더하여 새로운 플랫폼을 통해서도 수익을 얻고, 나아가 시너지를 낼 수 있다는 장점이 있다(황혜정, 2018, 9쪽). 핵심 고객층을 보유한 경우에는 특히 양동 전략(two track strategy)을 통한 온·오프라인 연계로 새로운 가치 창출의 기회를 획득하기 용이하다.

3. <옥천신문> 플랫폼화 분석

‘시장 없는 시장’이라 불릴 정도로 적박한 수도권 밖 지역사회에서 군 단위 지역주간지인 <옥천신문>이 일구어낸 성과는 ‘이례적’이란 표현으로

12) 이 점에서 박문수(2017, 43-44쪽)는 플랫폼화를 한 사업자가 재화를 직접 생산하기보다 재화의 공급자와 잠재적 재화 구매자, 두 그룹을 플랫폼 내부에서 거래할 수 있도록 유도함으로써 가치를 만들고 이윤을 얻는 비즈니스라 정의했다. 나아가 김국현(2018, 202-203쪽)은 플랫폼화 과정에서 모듈을 조합해 소프트웨어를 만들듯 공장도 API(Application Programming Interface)를 개방해 외부 모듈을 결합할 수 있기에 다품종 소량 생산과 대량 맞춤화가 일상화되고 생산부터 물류, 배포, 소매, 판매 후까지 가치사슬이 최적화되는 새로운 경제권이 형성된다고 밝혔다.

충분치 않다. 본 연구는 의도했던 의도치 않았던 <옥천신문>이 ‘읽고 싶어 훑치기까지’ 할 정도로 지역사회에 뿌리내린 요인을 플랫폼화 측면에서 분석하고자 한다.

방법론 측면에서 본 연구는 연역적 접근 방식으로 플랫폼화의 요체를 제품 또는 서비스의 핵심 가치, 개방성, 사용자 경험, 하이브리드라고 도출했다. 이 네 가지 차원을 분석틀로 삼아 <옥천신문> 지면을 비롯해 기존 연구와 자료 등의 문헌을 활용했다.¹³⁾ 또한 2019년 5월에서 2020년 5월 사이 연구자가 옥천신문사를 여덟 차례 방문해 관찰과 인터뷰를 수행했다. 본 논문의 초고를 완성한 뒤에는 옥천신문사 황민호 상임이사¹⁴⁾로부터 사실관계에 대한 확인 과정을 거쳤다.

1) 핵심가치

플랫폼의 성패는 이용자의 수요에 부응하는 제품이나 서비스의 본질, 즉 핵심가치에서 출발한다. 아마존과 이베이는 거래, 페이스북과 카카오페이는 결제, 트위터와 페이스북은 커뮤니케이션을 핵심가치로 삼았듯이 <옥천신문>은 콘텐츠를 핵심가치로 한다. 특히 <옥천신문>은 ‘과수꾼’에 비

유되는 저널리즘 기능과 ‘풀뿌리 공론장’으로 대별되는 지역주간지로서의 역할 수행을 존립 근거로 한다.

먼저, 저널리즘 측면에서 <옥천신문>을 직접 분석한 기존 연구로는 김재영(2006)이 있다. <옥천신문>이 안티조선운동을 전개하며 <조선일보>와 대립각을 세운 데 착안해 두 신문의 취재원 활용을 비교한 결과의 골자는 <옥천신문>이 <조선일보>에 비해 전향적이라는 것이었다. 기사에서 취재원을 직접 인용하는 정도와 취재원 수, 실명 취재원의 사용 비율 같은 양적인 면에서 뿐만 아니라 다양한 유형과 지위의 취재원을 활용하는 질적인 측면에서도 <옥천신문>이 바람직한 양상을 보였다. 이는 <옥천신문>이 최소한 <조선일보>보다 사안에 관해 다면적·심층적으로 접근하며, 행정관료 등 엘리트층의 목소리보다 지역주민의 관점과 견해에 충실함을 뜻한다고 밝혔다.

<옥천신문>이 편집권 독립을 담보하기 위해 군민주 방식으로 창간하고, 정상적 저널리즘 실천을 저해하는 촌지 등의 관행을 선제적으로 청산하며, 15년 연속 지역신문발전기금 우선지원 신문사로 선정된 사실 등은 ‘옴’¹⁵⁾ 저널리즘의 물적 토대를 갖춘 요인이자 결과로서 <옥천신문> 저

13) 본 연구의 분석에 직접 인용한 문헌을 유형별로 제시하면 다음과 같다. ① 학술논문 또는 저서로 강용배(2003), 김재영(2006), 임정빈(2008), 장호순(2001), 차재영(2002; 2008) ② 학술대회 발표논문으로 이안재(2000) ③ 전문잡지로 이수강(2004), 이정은(2005), 장호순(1998), 정지환(2001) ④ 언론기사로 고영직(2019), 권오성(2018; 2020a; 2020b), 김민아(2020), 이현경(2020), 정경희(2003), 정효비(2020) ⑤ <주간옥천신문(주) 2020년 정기주주총회 자료집>(옥천신문, 2020).

14) 본 연구의 수행 과정에서 큰 도움을 준 황민호 상임이사는 2002년 4월 옥천신문사에 입사했다. 대학 졸업 뒤 “남들 다 가려고 기를 쓰는” 곳보다 “남들 안 가는데 ... 내가 필요한 곳에 가자”는 판단에서였다. 대학 시절 접한 <작은 언론이 희망이다>(장호순, 2001) 등을 통해 “건강한 지역 공동체를 만드는 데 일조하고” 싶은 뜻도 있었다. 반복되는 일상에 염증을 느껴 옥천의 외딴 지역인 청산면으로 이주해 2년 간 생활하고, 신문사를 퇴사한 뒤 3년 동안 로컬 푸드 급식을 배달하기도 했다. 이런 경험을 통해 웬만큼 지역사회를 안다고 자신했던 오만을 깨달았다고 한다. “내가 그동안 가던 곳만 가고 만나는 사람만 만났구나 하는 성찰이” 뒤따랐다. 그러자 “다수임에도 모래알처럼 흩어져 ... 투명인간처럼 사는” 주민들이 눈에 들어오고 지역 언론의 중요성이 새롭게 다가왔다. 2015년 3월 제업사한 뒤 2020년부터 상임이사를 맡았으나 “그냥 저도 노동자”라고 말한다. 옥천신문사 자체가 주식회사이나 “실제 노동자협동조합 형태로 운영”되고 “벌어들인 돈도 노동조합과 협의해 배분”하기 때문이다.

널리즘의 특징을 잘 보여준다. 지역신문은 소유·경영·편집 등의 측면에서 부정적 평가가 지배적이다. 일부 예외는 있으나 언론사의 물적 기초가 주로 지역의 건설·부동산 자본과 직간접적으로 연계되어 있는 탓이다(강용배, 2003, 199쪽). 이를 고려할 때 <옥천신문>이 1996년 1월부터 단행한 계도지 거부는 ‘정론직필’을 실천하기 위한 실질적 조치였다. 관언유착의 전형적 사례임에도 소규모 언론사 입장에서 계도지 구독료 예산의 포기는 결코 쉽지 않은 일이다. <옥천신문>은 그 실행을 넘어 독자 사과문을 게시하며 계도지 관행의 문제를 공론화함으로써 언론 시장 전반의 환경을 개선하는 방향으로까지 나아갔다.¹⁶⁾

다음으로, 지역주간지의 역할 차원에서 <옥천신문>을 다룬 연구들(강용배, 2003; 임정빈, 2008; 차재영, 2002; 2008)은 일관되게 <옥천신문>이 풀뿌리 공론장으로 기능하며 지역 공동체의 형성과 유지에 기여한다는 결과를 내놓았다. 본 연구와 같은 연역적 방법을 사용한 강용배는 <옥천신문>이 지역사회 정체성 형성과 주민 신뢰 구축, 지역사회 공동체 간 네트워크를 통한 사회자본 축적에 기여함으로써 옥천이 타 지역에 비해 의사소통이 원활해졌다고 평가했다. 지역 공동체 의식 형성에 기여한 요인의 하나로 <옥천신문>의 편집 기조를 꼽기도 했다.¹⁷⁾ 차재영은 두 차례에

걸친 연구를 통해 <옥천신문>이 초기부터 수행한 일을 지역 내 권력기관에 대한 감시, 지역 현안에 대한 의제 설정, 주민 자치단체들의 다양한 활동 조명이라 집약한 뒤 신문사의 성장과 지역 시민사회, 즉 공공영역의 구축·활성화가 서로 긍정적 영향을 미쳤다고 평했다. 아울러 공통적 유대감과 사회적 네트워크 활동, 지역 정치 참여로 대별한 지역 공동체 구축에서 <옥천신문> 구독여부가 부분적으로 기여함을 실증했다. 이밖에 임정빈은 지역주간지의 대표주자인 <옥천신문>과 <홍성신문>을 대상으로 두 신문사의 홈페이지, 즉 인터넷 서비스에 초점을 맞춰 운영과 조직부터 메뉴 구성, 이용 현황, 영향력, 경영까지 다방면으로 분석한 뒤 이들이 풀뿌리 공론장으로 기능하며 사회 자본을 활성화하는 기제로 작용한다고 논했다.

실제 <옥천신문>은 2018년 제7회 지방선거를 앞두고 유권자 중심 보도의 전형이 될 만한 프로젝트를 가동하며 풀뿌리 공론장의 진가를 입증했다. 선거일 1년 2개월 전인 2017년 4월부터 <옥천신문>은 옥천순환경제공동체와 함께 60여명으로 구성된 ‘옥천풀뿌리대안정책기획단 주민의 힘’을 운영했다. 이들은 8개월의 숙의 과정 동안 지역개발, 농업, 교육 등 6개 의제 모임을 진행하고 분야별 정책 대안을 발굴했다. 이를 후보자들에게

15) 이는 김세은(2006)이 하버마스의 공론권 개념과 더불어 현대 민주주의 이론의 두 축인 자유주의와 공동체주의에서 제각기 우선하는 개념을 ‘옳음’과 ‘좋은’으로 대별한 표현을 차용한 것이다. 옳은 언론이 절차적 공정성을 중시하는 데 비해 좋은 언론은 공공선적 가치 수행에 무게중심을 둔다.

16) 계도지는 박정희 정권이 1970년대부터 정부에 유리한 여론을 조성하려는 목적에서 통·반장 등에게 나눠주던 신문으로 관언유착의 대명사라 비판받아 왔다. <옥천신문> 등 일부 언론의 결단이 이어졌음에도 오늘날까지 구태는 사라지지 않았다. <미디어오늘>이 서울시 25개 자치구의 2020년 예산안과 일부 구청에 정보공개를 청구해 취합한 계도지 예산 총액은 작년보다 도리어 4억 원 증가한 113억 원에 달했다(장슬기, 2020). 이는 서울 지역만의 현상이 아니며, 신문사의 유형과 성향을 막론하고 광범위하게 행해지고 있다. <옥천신문>은 지금도 이 사안에 엄격한 잣대를 적용하고 있다. 2020년 7월에도 지면을 통해 옥천군이 관행처럼 집행하는 광고비가 군수 등 단체장의 언론사 길들이기나 비판 봉쇄 목적과 무관치 않다며 집행 기준을 명확히 해야 한다고 보도했다(권오성, 2020b).

17) 여기서 사례로 제시한 기획 또는 특별기사는 ‘공동체 놀이’(1990. 1. 13), ‘다시 쓰는 우리 마을2000. 9. 30), ‘함께 사는 세상’과 ‘고향사람’(2002. 11. 2) 등이었다.

제안하고 이에 관한 입장을 밝히도록 했다. 군 의원 후보자 토론회를 열어 주목도가 덜했던 이들의 생각과 공약을 육성으로 들을 수 있는 기회도 마련했다. 이 모든 과정과 내용은 <옥천신문>을 통해 상세히 매개되었다.

주민의 힘 프로젝트는 놀라운 변화를 이끌었다. 이전까지 인구 52,000여 명의 옥천에 별다른 관심을 두지 않았던 도지사과 교육감 후보자들이 옥천 유권자의 목소리를 의식하기 시작했다. 투표권이 없는 청소년에게도 주민 자격으로 참여해 정책을 제안할 수 있도록 하자 옥천군수와 충청북도교육감 후보자를 대상으로 한 청소년 모의투표가 기획되는 등 ‘미래 유권자들의 축제’로 이어졌다. 선거 뒤 군수 당선자는 청소년들의 의견을 정기적으로 옥천군 행정에 반영하겠다고 약속했는데 실제 옥천 안내중학교 학생이 제안한 무상버스 정책을 실행하기도 했다. 무엇보다 이 프로젝트가 진행되면서 지역민은 ‘주민’으로서의 역할을 새삼 자각하고 지역에 더 많은 관심을 갖기 시작했다. ‘우리 삶을 바꾸는 진짜 정치’를 주민이 함께 만들어갈 수 있다는 기대를 불러일으켰다(권오성, 2018, 30-31쪽).¹⁸⁾ 대의제 민주주의를 채택한 모든 사회가 요구하는 지역주간의 풀뿌리 공론장 기능과 역할이 마치 교과서처럼 실행된 셈이다¹⁹⁾ <옥천신문>은 플랫폼의 성패를 좌우하는 서비스의 핵심가치에 매우 충실하다.

2) 개방성

개방성은 통상 한 조직이 외부 환경과 상호작용하는 수준으로 정의된다. 학문 분야별로 그 특성에 따라 조금씩 다른 차원에서 접근한다. 정치경제학에서는 국가 간 경제 자유주의의 관점에서, 경영학에서는 조직의 전략적 관리 차원에서, 행정학에서는 투명성과 책임성을 포괄하는 정보공개 수준에서 주로 논의된다(정명은, 2012, 141-144쪽). 언론학은 콘텐츠 생산과 소비의 과정이나 양상을 다루기에 비록 개방성이라 명시하지 않았더라도 관련 연구가 적지 않은 편이다²⁰⁾ 특히 각종 집단과 조직이 폐쇄적으로 구획된 산업사회와 정반대의 개방형 구조를 띤 네트워크 사회가 도래하면서 개방성에 기초한 오픈 플랫폼이 혁신 동력이자 미래가치로 거론되기도 한다(김재영, 2020, 46쪽, 54쪽). 여기서 오픈 플랫폼의 개방성은 집단 지성을 구성하는 요소로서 언론의 핵심가치인 독립성과 다양성 향상에도 직결된다.

<옥천신문>은 창간호부터 주민들의 독자투고를 중요하게 다룸으로써 지역 현안에 관해 다양한 의견을 수렴하고, 지역신문이 지역주민의 것이라는 공동체 의식을 확대하는 데 기여했다(강용배, 2003, 202쪽). 유사한 맥락에서 현재 <옥천신문> 지면의 상당 부분이 편집국 밖의 인사들에 의해 채워지고 있다. 한 달에 한번 본지 한 면에 통으로 실리는 ‘은빛 자서전 인생은 아름다워’는

18) <옥천신문>의 주민의 힘 프로젝트는 선거 보도의 패러다임 전환이 필요하다는 취지에서 신설된 한국언론진흥재단 후원 6·13 지방선거보도상 지역신문 부문에서 한국신문협회장상을 수상했다.

19) 황민호 상임이사에 따르면, <옥천신문>은 선거 기간에 모든 발언을 기록한다. 회의가 열리는 지방의회에는 <옥천신문> 기자 한 명뿐인 경우가 대부분이나 기자 한 명이 있음으로써 의원들은 긴장할 수밖에 없다(고영직, 2019).

20) 지역 언론 관련해 개방성을 주요하게 거론한 최근 연구로는 지역 언론 활성화 차원에서 지역 소재 언론사와 대학 간 유기적이고 개방된 협업체 구성, 대학생과 현업 또는 퇴직 지역방송인으로 구성된 방송 제작체계 구축을 제안한 정용복(2018), 지역대학의 참여를 통한 지역 언론의 이원화 체제를 모색한 강준만(2019), 지역 내 방송사와 영상미디어센터, 시민제작단을 매개로 한 네트워크 형성을 제시한 홍숙영, 정의철(2018) 등이 있다.

시민기자가 직접 지역주민을 조명하는 방식을 취한다. 별지를 통해 역시 한 면에 걸쳐 게재되는 ‘어르신 생애사 연대기: 나는 아직도 할 말이 많이 남아있다’는 <옥천신문>과 자서전 전문 출판사 <추억의 뜰> 간 공동 기획이다²¹⁾ 별지는 지역주민 이야기로 가득하다. 옥천 곳곳을 다니다 만난 여러 부류의 사람들을 ‘되는 대로’ 소개하는 ‘길 위에서 만난 사람’이 있는가 하면 옥천 주민이 각종 SNS에 올린 ‘시시콜콜한’ 게시물을 보여주며 ‘옥천이네 카·페·인’도 있다.

신문사는 대체로 독자투고란을 개설해 지면의 일부를 독자에게 할애하거나 시민기자를 운영해 이들의 목소리를 매개하는 식으로 외부와 소통한다. 독자위원회를 두고 사후 지면평가를 시행하며 ‘열린 편집국’이라 부르기도 한다. <옥천신문>도 지금까지 독자위원회를 12기까지 구성해 운영 중이며, 중·고등학생 30여 명으로 이루어진 청소년기자단도 따로 두고 있다. 여기에 더해 <옥천신문>이 특히 차별화되는 지점은 편집국 기자들과 지역주민이 함께 신문을 제작하는 느낌을 줄 정도로 내부와 외부 구성원의 배합이 지면에 스며들어 있다는 것이다. 김민아(2020)의 관찰은 이를 방증한다. 신입기자가 돌아다녀도 독자들이 알아볼 정도다. “기사를 쓰면 그 기사 잘 봤다고 하고, 상가에 가보면 신문에 빨간 줄이 쳐져 있다”고 한 황민호 상임이사의 전언(고영직, 2019)은 결코 과장이 아니다. 이러한 풍토는 ‘옳은’ 취재와 ‘좋은’ 기사로 이어지는 선순환을 형성한다.

신문사는 취재와 기사 작성, 편집에 이어 인쇄와 발송 등의 후속작업을 행한다. 경영이 기록치

않은 지역신문에서는 통상 한 편이라도 절약할 요량으로 신문 발송 시 필요한 신문 접지 작업을 편집국 기자 포함 전 직원이 수행한다. <옥천신문>은 1990년대 중반부터 이를 지역 아주머니들에게 맡겼다. 지역주민을 활용한 일종의 외주인 셈이다(이수강, 2004, 146-147쪽). 2019년에는, 그간 전문성과 가격 경쟁력 차원에서 경기도 안성 소재 업체에 외주로 맡기던 신문 포장 작업과 인쇄를 각각 옥천시니어클럽과 옥천에 인접한 대전 소재 인쇄소로 바꾸었다. 신문을 담는 비닐 포장지도 옥천장애인보호작업장에서 생산한다(옥천신문, 2020).²²⁾ 효율성을 우선하는 외주 하청을 지양하고 지역 내 단체나 기업과 협업해 일자리 창출 등의 상생을 도모하기 위한 취지다.

개방성은 다양한 층위의 주체와 관계 맺는 일이며 이는 신뢰를 기반으로 한다. 또한 개방성은 제도나 시스템 구축으로 완결되는 게 바람직하나 그 이전에 인간 문명의 진화를 이끈 소셜 마인드(장대익, 2017)가 우선이다. <옥천신문>의 개방성은 신뢰와 소셜 마인드에서 비롯했으며 지역주민과의 관여(audience engagement)를 견인한 요인의 하나라 할 수 있다.

3) 사용자 경험

제품이나 서비스의 핵심가치가 분명하고 충실하며, 외부 공중에게 문호를 개방하고 이들의 집합적 힘을 내부 자원화할 정도로 개방성이 강할 경우에는 상호교감을 통해 형성되는 총체적 경험의 수준도 높기 마련이다. <옥천신문>이 창간 30

21) 이 코너의 기획 의도는 다음과 같다. “지역에서 오랫동안 살아온 개인의 생애사는 더 이상 개인의 것이 아닌 공동의 역사이기도 합니다. 지역 어르신들과 살아온 이야기를 잘 귀담아 듣고 미래를 보는 해안을 키우고자 합니다.”

22) 옥천시니어클럽에서는 노인 9명이 참여하며, 고등학생 2명은 포장 작업을 함께 한다. 황민호 상임이사는 이를 “생산부터 소비까지 로컬인 셈”이라 표현하며 “노인들은 일주일에 한번 나오지만 <옥천신문>을 우리 직장”처럼 여긴다고 말했다.

주년을 맞은 2019년, 8년 만에 시행한 구독료 대 폭 인상 이후의 경과를 이를 방증한다.

6천 원에서 1만 원으로의 두 배 가까운 구독료 인상은 구독해지 역풍에 직면했다. 이에 <옥천신문>은 2월 중순부터 ‘옥천사람들’이란 타블로이드판 별지 58면을 신설했다. 사실상 작은 판형의 신문을 하나 더 만드는 획기적 조치였다. 보고 읽을거리를 늘리자 구독료 인상에 따른 불만도 잦아들었다. 이후 타블로이드판 별지를 대판으로 바꾸었다. 작은 판형에 기사와 광고가 함께 실리는데 대한 불만을 발견했기 때문이다. 이에 대판으로 다시 전환했으나 판형 여부보다 광고가 배치되는 섹션의 문제임을 깨달았다. 판형 실험이 큰 의미가 없다는 판단에서 8월부터는 대판 24면의 본지와 타블로이드판 24면의 별지 체제로 정착했다. 독자 수 증감에 민감하게 반응하고 그 요인을 찾아 기민하면서도 유연하게 대처하는 방식은 사용자 경험을 중시하는 전형적 사례다. 덕분에 두 배 가까운 구독료 인상에도 독자 이탈을 제어했다. 코로나19 국면에 접어들어서는 대면 접촉 환경의 제약으로 지역 소식에 대한 수요가 늘면서 신규 구독이 증가하는 양상도 보였다. 이러한 현상은 수십 년에 걸쳐 직간접적으로 형성된 사용자 경험의 귀결이라 해석할 만하다. 일찍이 강용배(2003, 203쪽)는 <옥천신문>이 주민의 의견이나 입장을 대변한다는 신뢰감이 널리 퍼졌으며, 지역신문의 영향력을 알게 된 주민들이 집단이나 개인의 민원을 신문사 제보로 해결하려는 경향을 보인다고 밝힌 것도 유사한 맥락이다.

조정 과정을 거쳐 안착된 현재 <옥천신문>의 지면 구성과 내용을 보더라도 지역주민을 매개하거나 조명하면서 상호 인정과 교감을 추구하는 방향성을 확인할 수 있다. 본지는 한 주 동안 옥천에서 일어난 크고 작은 일들을 다루는 시사·여론·종합의 성격이 강하다. 각종 기획기사와 ‘은빛 자서전’ 등을 통해 의제설정과 함께 지역 공동체의 결속력을 강화하는 구실을 한다. 별지는 ‘옥천 사람들: 다 같이 돌자 옥천 한 바퀴, 다함께 살자 옥천공동체’란 제호에 걸맞게 지역주민들의 이야기로 가득하다. 지역 공동체의 정체성을 유지하는 풀뿌리 기능에 충실한 것이다. 수치화하긴 어려우나 창간 이후 줄곧 권력기관에 관해서는 엄격하고, 지역주민에 대해서는 관대한 기조를 유지하면서 독자들 사이에 형성된 총체적 경험이 나뉠 수는 없을 것이다.²³⁾

4) 하이브리드

인터넷이 범용화한 오늘날 환경에서 오프라인으로만 뉴스를 제공하는 언론사는 더 이상 존재하지 않는다고 해도 과언이 아니다. 오프라인과 온라인을 병행함으로써 발생하는 비용보다 유무형의 이득이 더 크기 때문이다. 일찍이 파블릭 등(Pavlik, Caruso, Tucher, & Sagan, 1997)이 예견한 대로 언론은 온라인을 매개로 3단계의 발달 과정을 거쳤다. 오프라인 상의 뉴스를 그대로 온라인으로 옮겨 전달하는 수준에서 출발해 인터넷에 적합한 독자적 콘텐츠가 추가되고 이들이

23) <옥천신문>이 지역주민들에게 사랑받는 비결에 대해 이현경 취재부장은 “행정기관이나 공공기관과 사이가 나빠지고 광고가 날아가는 부담을 안고서라도 기사를 써왔어요. 오늘 숨통을 조이더라도 지속 가능한 언론을 위해 그렇게 해야 한다는 합의를 지켜온 거죠”라고 말했다(김민아, 2020). 황민호 상임이사는 “어떤 분이 고추 농사 잘되었다고 취재 오라고 하시면 우리는 간다. 그러면 취재 갔다가 또 고추를 사 온다. (웃음) 호랑이 발자국 취재, 황금 미꾸라지 취재, 대왕 고구마 취재... 사람들의 이야기를 들어주는 것만으로도 자존감이 높아진다. 의식이 있어서 신문을 보는 것이 아닌 필부필부가 ‘내가 보고 싶어서’ ‘필요해서’ 보는 것”(고영직, 2019)이라고 밝혔다.

하이퍼링크를 통해 접근 가능해지는 단계에 진입했다. 이어 새로운 기사 작성법(storytelling)과 편집 방식, 멀티미디어 요소가 도입되어 온라인에서도 독립적이며 전문적인 저널리즘 기능을 수행하는 차원으로 진화했다. 특히 지역신문은 온라인을 병행함으로써 제한된 지면에 미처 담지 못한 정보를 전하고 기사에 대한 피드백을 받으며 독자의 목소리를 듣고 자유로운 의견 교환까지 할 수 있다. 지역주민의 참여 기회를 확대하고 속의를 용이하게 하면서 풀뿌리 공론장의 기능을 배가하는 것이다. 게다가 인터넷은 지역신문의 장점인 지역성에 충실함과 동시에 단점인 지역성의 한계도 극복하게 한다.

오프라인과 온라인을 병행해 양동 전략을 구사하는 하이브리드 측면에서 <옥천신문>은 크게 네 가지 특징을 보였다. 첫째, <홍성신문>과 함께 풀뿌리 지역신문의 효시라 불리는 <옥천신문>은 인터넷 진입 시점에서도 선도적이었다. 옥천군에는 2002년부터 초고속통신망이 갖추어지기 시작했다. 그럼에도 <옥천신문>은 1999년 6월 19일 홈페이지(www.ok-news.co.kr)²⁴⁾를 개설하고 인터넷 서비스를 시작했다. 우리나라 인터넷신문의 61.8%가 2004년 이후에 서비스를 실시했으며 1999년 이전에 개시한 경우는 5.9%에 지나지 않음(한국언론재단, 2006)을 감안할 때 <옥천신문>은 온라인 개척에서도 선구적이었다.

둘째, 인터넷 뉴스의 유료 회원제 실시다. 예나 지금이나 인터넷 기사는 무료라는 인식이 강하다. 그럼에도 <옥천신문>은 2002년 5월부터 인터넷 뉴스를 회원제로 전환하고 유료화를 시행했다. 홈

페이지에 게시한 뉴스 콘텐츠 전체를 유료로 제공하고 이를 이용하기 위해서는 누구나 월 5천 원의 구독료를 납부해야 했다²⁵⁾ 이러한 정공법이 가능했던 이유는 신문 상품의 본령인 뉴스 콘텐츠가 공짜로 취급되어서는 안 된다는 원칙론과 외국과 달리 정부나 공공기관에 주로 광고수입을 의존하던 관행을 차단하기 위한 현실론의 소산으로 해석된다.

셋째, 지면 못지않게 인터넷 뉴스 서비스도 활성화되었다. 이용과 구성 양 측면 모두에서 이를 확인할 수 있다. 이용 면에서 <옥천신문> 홈페이지는 유료 회원제를 채택했음에도 2007년 기준 가입자 수가 2천 명에 달했다. 기존 지면 구독자를 제외한 순 가입자는 그 절반인 1천 명으로 추산되었다. 유료 독자로 인한 수입이 월 5백만 원에 달했다. 이러한 사실은 기사의 품질만 좋으면 무관한 인식이 강한 인터넷을 통해서도 얼마든지 수익 창출이 가능함을 시사한다. 2007년 6월1일부터 9월30일까지 넉 달간 <옥천신문> 인터넷 서비스를 분석한 임정빈(2008, 332-337쪽)에 따르면, 하루 평균 조회 수는 3천 건, 순 방문자 수는 7백 명에 이르렀다. 인터넷 서비스의 메뉴 구성 차원에서는 지면의 한계로 신지 못한 사진이나 영상을 게재하는 등 인터넷 뉴스 서비스 고유의 특화 전략을 비롯해 ‘여론광장’, ‘알립니다’, ‘웃음한마당’, ‘자료실’, ‘기사제보’ 등으로 구성된 ‘독자마당’이 특징적이었다. 특히 여론광장은 옥천 주민들 간의 소통 마당으로, 민심의 흐름과 주민의 요구를 파악하기 위해 관내 공무원들이 관심을 쏟을 정도로 다양한 의견이 자유롭게 개진되고 상호작용하며 담론을 형성하는 공론장으로 기능했다²⁶⁾

24) 2000년 11월13일 <옥천신문>은 도메인 이름을 www.okinews.com으로 변경했다.

25) 당시 <옥천신문>은 지면을 타블로이드 배판 16면으로 조정하고 월 구독료는 4천 원으로 인상했다. 지면 구독료보다 인터넷 뉴스 구독료가 더 비쌌던 셈이다.

26) 2020년 2월26일 여론광장에는 코로나19 관련한 옥천군의 대처가 소극적이라는 글이 올라왔다. 옥천군 공무원 노조는 해당 글이 공무원들의 명예를 실추하고 허위·비방에 해당한다며 법적 대응을 거론했다. 이에 주민들의 자유로운 목소리를 막으려 한다는 비판이 제기되는 등 공방이 오가기도 했다(권오성, 2020a).

넷째, 끊임없이 지속되는 혁신이다. <옥천신문>은 올해 4월 무료 뉴스 사이트인 옥천닷컴(www.okcheoni.com)을 새로 열었다. 20년 이상 고수한 유료 회원제를 유지함과 동시에 무료 뉴스 사이트를 신설해 확장성을 도모하려는 온라인 내 양동 전략이라 할 수 있다. 옥천닷컴의 주요 내용은 구호로 내세운 ‘옥천의 모든 것, 옥천이 즐거운’과 같이 누구나 부담 없이 접근할 수 있도록 뉴스의 문턱을 낮춘 지역 공동체의 소소한 이야기와 정보 위주로 구성했다. <옥천신문>과 옥천닷컴의 콘텐츠는 겹치지 않도록 배치하는 것을 원칙으로 삼았다. 아울러 <옥천신문> 편집국 내부를 공동체팀과 탐사보도팀으로 이원화했다. 공동체팀이 주로 옥천닷컴 기사를 담당하고, 탐사보도팀은 심층취재를 통한 감시·비판 기능을 전담한다.

무료 뉴스 사이트 옥천닷컴의 신설을 통한 온라인 내 양동 전략의 구사는 소셜미디어 시대에 발맞추려는 시도다. 일간 카카오톡 뉴스를 구독하면 매일 오전 8시마다 4개의 뉴스가 배달된다. 페이스북 뉴스는 시시각각 업데이트한다. SNS에 있는 옥천 주민들의 이야기는 <옥천신문> 별지의 ‘옥천이네 카·페·인’을 통해 소개된다. 옥천닷컴을 매개로 한 혁신은 개시 6개월도 안 돼 페이지뷰 15,000을 상회하고 방문자 수 2천 명에 달할 정도로 초기 연착륙했다. 무엇보다 지역주민의 정보 접근성을 향상했다는 점에서 고무적이라 할 수 있다.

<옥천신문>은 옥천닷컴을 개설하며 유료 회원제라는 다소 폐쇄적 방식에서 탈피했다. 무료 뉴스 서비스를 병행하면서 모두에게 열려 있는 플랫폼의 기틀을 다졌다. 이는 지역주민들에게 언제 어디서나 마주할 수 있는 친근한 언론이란 메시지를 던진다. 향후 <옥천신문>의 영향력을 배가하는 것은 물론 잠재적 구독자와 광고주 확보에도 유리하게 작용해 재정에도 긍정적 영향을 미

치리라 기대된다(옥천신문, 2020). 옥천닷컴 신설의 성공 여부를 논하기 이전에 인터넷 뉴스 서비스의 선도적 시행을 통한 온·오프라인 양동 전략부터 유료 회원제 도입, 무료 사이트 개설을 통한 온라인 내 양동 전략 구사까지 끊임없는 혁신이 작은 지역의 주간지에서 이어지고 있다는 사실 자체가 경이로운 일이다.

4. 논의와 결론

본 연구는 두 가지 현상에 주목했다. 하나는 언론에 대한 불신이 만연한 우리나라 환경에서 이례적인 성장 경로를 거친 지역주간지 <옥천신문>이다. 다른 하나는 ICT 생태계의 키워드인 플랫폼이다. 이를 연계해 본 연구는 <옥천신문>의 성공 요인을 플랫폼화 차원에서 분석했다. 기존 논의를 통해 플랫폼은 탈 규모의 경제 시대에 걸맞은 미래가치로서 제품이나 서비스의 핵심가치, 개방성, 사용자 경험, 하이브리드가 열쇠 말임을 확인했다.

분석 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, <옥천신문>은 저널리즘 본연의 파수꾼 기능과 지역주간지 고유의 풀뿌리 공론장 역할에 충실했다. 2018년 지방선거 국면에서 실행한 주민의 힘 프로젝트는 국내 선거보도에서 보기 드문 유권자 중심 보도의 전형으로 서비스의 핵심가치에 충실한 <옥천신문>의 진가가 잘 드러났다. 둘째, <옥천신문>의 개방성은 지면의 일부를 지역주민에 할당하는 기능적 수준을 넘어 다양한 주체와 관계 맺고 이들이 관여할 수 있는 통로를 상시화 했다는 점에서 실질적이다. 그 범위는 신문의 제작 과정부터 후속작업까지 포괄한다. 셋째, <옥천신문>의 독자 퍼스트 전략은 기자들의 휴대전화 번호가 공공재가 될 만큼 깊숙이 뿌리내렸다. 두 배

가까운 구독료 인상에도 독자들은 이탈하지 않았다. 이 국면에서 <옥천신문>이 대처한 구독해지 원인 파악과 판형 변경은 오랜 기간 지역주민 속에서 형성된 사용자 경험의 수준과 정도를 가늠케 한다. 넷째, 지역주간지의 효시에 해당하는 <옥천신문>은 일찌감치 인터넷 서비스를 운영해 온·오프라인 양동 전략을 구사할 만큼 선도적이었다. 유료 회원제 모험도 성공적으로 안착시켰다. 여기에 올해 4월 무료 뉴스 사이트를 신설함으로써 국내 언론계에서 찾아보기 힘든 온라인 내 양동 전략까지 펼치고 있다. 하이브리드의 전형을 넘어 이 전략의 고도화 또는 세밀화를 시험 중이라 할 수 있다.

플랫폼 시대의 가치 측면에서 접근한 <옥천신문> 사례 분석 결과는 국내 언론계에 적잖은 울림과 시사점을 던진다. 무엇보다 기본 기능 수행의 중요성이다. 미디어 환경이 급변 중이라 해도 언론의 본질적 역할은 크게 달라지지 않는다. 오래 전 라스웰(Lasswell, 1948)이 제시한 환경감시, 상관조정, 문화유산 전승 기능은 오늘날에도 유효한 언론의 기능이다. 즉, 기성 언론은 우리가 살고 있는 환경에서 일어나는 일을 알려줌으로써 일상생활을 영위하는 데 도움을 주고, 공공의 관심사나 현상에 관해서는 배경 등을 설명·논평함으로써 사회나 개인이 적절히 대처할 수 있게 해야 한다. 아울러 한 사회의 규범체계를 이루는 가치를 구성원들이 내면화하고 후속 세대에 전승하도록 한다.

2020년 8월 기준 <옥천신문>은 매주 본지 20면과 별지 16면 총 36면을 대판으로 발행하고 있다.²⁷⁾ 큰 틀에서 본지는 환경감시와 상관조정, 별

지는 문화유산 전승 기능을 수행한다. <옥천신문>의 플랫폼화 분석에서 거론한 예시들 이외에도 이를 뒷받침하는 사례는 한두 가지가 아니다. 예컨대, 1개 읍과 8개 면으로 이루어진 옥천군은 5만 여명의 인구 중 3만 여명이 읍에 거주할 만큼 편중이 심하다. 따라서 읍에 치우친 보도가 많았다. 이에 올해부터 매주 8개 면 단위의 소식을 담은 ‘동네방네 면 소식’을 무려 3개면에 걸쳐 신설하고 면별 담당 기자도 배정했다. 세분화된 지역 밀착형을 일컫는 하이퍼로컬(hyper-local)을 통해 환경감시와 상관조정 기능을 강화하기 위해 취지다. 옥천에서는 매년 5월 시인 정지용을 추모하는 문화축제 ‘지용제’가 열린다. <옥천신문>은 ‘수필과 소설의 이야깃거리가 고살마다 넘쳐나고 시가 물이 되어 골짜기마다 흐르네’ 고유의 문화를 잇고자 독자의 시와 수필 등을 신는 ‘지용 문학의 향연’을 운영 중이다. 4·19 혁명 60주년이자 5·18 민주화운동 40주년을 맞은 2020년에는 특별히 청암 송건호 등 옥천 출신 민주화운동가 6명을 발굴해 이들의 발자취를 6회에 걸쳐 조명했다. 일제하 반민족 행위 바로알기 차원에서 ‘조선 일보를 해부한다’ 시리즈를 연재하고 관련 소책자까지 발행한 경험이 있는 <옥천신문>은 이후에도 독립운동가 조동호 등의 인물 발굴에 역점을 두었다.²⁸⁾ 2019년 3·1운동 100주년을 맞아서는 지역의 친일사와 독립운동사를, 2020년에는 일제강점기와 해방 이후 ‘한국 현대사의 민낯’을 연재했다. 이 사례들은 문화유산 전승 기능의 전형에 가깝다. 이밖에 <옥천신문>이 지난 20년 동안 운영한 청소년기자단과 언론학교도 미디어 리더십 강화와 함께 지역 공동체의 가치를 함양한

27) 2019년 구독료 인상 국면을 거치며 본지와 별지 각 24면 체제로 정착했으나 코로나19로 인해 잠정적으로 본지 20면과 별지 16면 총 36면으로 축소해 발행 중이다.

28) 옥천의 대표적 독립운동가로 손꼽히는 조동호에 관해서는 <옥천신문>이 생가 복원 필요성을 지속적으로 제기해왔다. 이에 옥천군이 2020년 초 생가터 매입 계획을 밝히며 복원 사업이 진행될 예정이다(이현경, 2020)

다는 점에서 문화유산 계승에 속한다.²⁹⁾

더욱 주목할 점은 언론에 대한 전반적 신뢰가 낮고, 지역신문은 신뢰도를 논하기 이전에 관심 자체가 미미한 국내 환경에서 어떻게 <옥천신문>이 언론 본연의 기능에 충실했는가에 있다. 해답의 열쇠 또한 교과서와도 같은 원론에서 찾을 수 있다. 현대 저널리즘의 원형은 근대 이후 대의제 민주주의가 제도화되면서 형성되었다. 당시부터 지금까지 언론은 제4부라 불리며 권력과 자본으로부터의 독립을 요구받았다. 진실을 추구하고 독자의 알권리를 실현하는 기본 요건이기 때문이다. ‘시민에 대한 충성’을 저널리즘의 첫 번째 준칙으로 꼽은 코바치·로젠스탈(Kovach & Rosenstiel, 2007/2009, 93-100쪽)은 이를 불개입(disengagement), 이해관계 초월(disinterestedness), 거리두기(detachment) 등이 내포된 언론의 독립성이라 해석했다. 편집국 내·외부 권력으로부터의 독립은 언론이 제 기능을 수행하기 위한 전제이며, <옥천신문>은 산증인이다.

<옥천신문>이 군민주 창간 방식을 택하고 촌지나 향응, 계도지 예산 등의 부조리한 관행과 절연하고 성역 없는 보도에 앞장설 수 있었던 비결은 바로 편집권 독립에서 출발한다. 독립의 대상은 정치와 경제 권력은 물론 지역의 정서적 풍토까지 포괄한다. <옥천신문>은 지역 내 최고 권력 기관인 옥천군청과 옥천군의회 감시에 빈틈이 없다. 2010년에는 현직 군수의 뇌물수수 의혹을 집중 보도해 구속으로 이어지기까지 했다. 언론사에

계 경제계는 광고 수입의 원천이다. 매출에서 차지하는 비중에서 구독료가 광고료 수입보다 많다는 사실은 <옥천신문> 기자들로 하여금 경제 권력의 눈치를 살피지 않고, 광고 수주에 대한 압박 없이 본업에만 매진케 하는 밑거름이다. 기사 못 써 쫓겨나는 기자는 없어도, 광고 수주 못해 쫓겨나는 기자가 즐비한 지역신문의 실상을 고려할 때 더욱 그러하다. 그렇다고 <옥천신문>이 광고 영업에 소홀한 건 아니다. 오히려 지역 특성에 걸맞은 광고 방식을 끊임없이 기획하고 있다.³⁰⁾ 보수적인 지역 정서와 함께 기존 언론 관행을 공론화해 형성된 제도권 언론의 견제와 압력도 극복 대상이었다. 이 역시 권력에는 엄격하되 지역주민의 목소리에 귀 기울이고 현장을 증시하는 한결 같은 행동양식을 30년 이상 유지하면서 해소했다. 특별할 것 없는 언론의 정도(正道)인 독립성을 지킴으로써 독자의 신뢰를 쌓았고 그 기저에는 기자의 직분에만 충실토록 한 편집권 독립이 자리하고 있었다.

레거시 미디어(legacy media)의 지속가능성에 대한 비판적 전망이 지배적이다. 역사적으로 기술 발달에 따라 주류 미디어는 변동하기 마련이다. 그럼에도 변치 않는 사실은, 본연의 기능을 다하지 못하는 언론은 퇴출되거나 기생하며 연명할 뿐이고 신뢰를 자산으로 제 역할에 충실한 언론은 활로를 찾는다는 것이다. 플랫폼화에 성공적인 <옥천신문>의 사례는 언론의 미래가치 구현과도 쉽게 연동한다. 최근 주목받는 구독경제, 참여 저

29) <옥천신문> 풀뿌리 언론학교에 참여해 한 달간의 인턴 활동을 마친 한 학생은 “사람들의 관심을 받지 못해 존재감조차 느껴지지 않는 이도 지면의 주인이자 주인공”임을 배웠다고 밝혔다. <옥천신문>이 “그들의 이야기를 듣기 위해 그들에게 필요한 것이 무엇인지 알려고 하고, 또 그것을 신문에 담기 위해 앞장서 나아가는 것”을 체험했기 때문이다(정효비, 2020).

30) 2020년 들어서는 공익적 무료 광고와 ‘형편대로 광고’를 새로 도입했다. 전자는 로컬 푸드 활성화를 위해 직접 재배한 농산물 직거래 광고를 ‘무료드림’으로, 구독자 가게 등은 한 줄짜리 정보로 상시 무료 게재해 선순환 경제를 도모한다는 취지다. 후자는 구독자에 한해 각종 축하광고를 1만 원에 게재할 수 있도록 한 것으로 광고의 문턱을 낮춤으로써 누구나 일상적으로 광고할 수 있는 기틀을 마련했다.

널리즘, 솔루션 저널리즘이 대표적이다.

구독경제는 일정 기간의 제품이나 서비스 사용에 따른 대가를 지불하는 것으로 신문 구독료가 그 전형이다. 넷플릭스로 대표되는 OTT(Over The Top) 서비스가 부상하고 생필품부터 자동차까지 다양한 영역에 적용되면서 새로운 비즈니스 모델로 각광받고 있으나 신문 산업계에서 구독경제는 낯선 방식이 아니다. 그러나 구독료보다 광고비 수입에 대한 의존이 절대적인 국내 언론계 현실을 고려할 때 구독경제 유형이 실제 가동되는 곳은 <옥천신문>이 유일하다고 할 수 있다. 2018년부터 <옥천신문>은 월 구독료 이상의 자발적 후원 제도인 ‘연대구독’을 도입했고 현재 100여명이 참여했다.³¹⁾ 구독경제 체제에서는 단순한 상품 판매를 넘어 소비자의 성향이나 가치를 파악해 그에 걸맞은 서비스를 제공하는 것이 경쟁력의 요체가 된다. 고객 유치는 물론 유지에도 많은 품을 들여야 한다(이성길, 2020). 장기간에 걸쳐 독자와 밀접한 관계성을 유지하며 높은 수준의 사용자 경험을 형성하고 있는 <옥천신문>은 이미 구독경제권에 진입해 있다.

독자의 참여를 통한 관여(engaged journalism)는 저널리즘 변화의 큰 줄기를 이루고 있다(Batsell, 2015/2016). 저널리즘의 핵심 과정인 자료수집과 해석, 스토리텔링에 외부 자원을 끌어들이으로써 독자의 관여도 증진은 물론 더 많은 이슈가 공론화되고 권력집단에 대한 감시도 더 충실히 이루어지기 때문이다. 미확인 정보에 대한 검증 시스템도 불특정 다수의 집합적 힘으로 더 잘 운용되고 있다(van der Haak, Parks, & Castells, 2012). 사회가 복잡해지고 사안이 전문화되면서 언론사 내부 자원으로 수많은 의제를 다루는 데

한계에 봉착한 반면 네트워크로 연결된 개인들은 저마다 뉴스 기사의 바탕이 되는 원재료를 직접 접하고 커뮤니티를 이루어 집단지성을 발휘하기 때문이다. <옥천신문>은 기사 생산 과정을 비롯해 발송과 재원 충당에 이르기까지 높은 수준의 개방성을 견지하고 있다. 올해 들어서는 ‘남녀노소 주민기자단’을 모집해 교육하고 이들의 기고가 일정 지면에 일상적으로 게재되도록 하고 있다. 독자의 관여를 최대화함으로써 <옥천신문>이 타자화(othing) 되지 않도록 하며 ‘우리 신문’으로 자기화하려는 과정이 쉽 없이 진행 중이다.

솔루션 저널리즘은 언론의 감시·비판 기능이 오히려 냉소와 무관심을 부추긴다는 문제의식에서 등장했다. 그렇다고 언론이 해법과 대안을 직접 제시해야 한다는 의미는 아니다. 대신 문제의 해법을 고민하고 대안을 모색하는 사람들의 이야기를 추적하고 그 과정에 초점을 맞추자고 제안한다(이정환, 2017). 한국형 솔루션 저널리즘을 ‘민원해결 저널리즘’이라 표현한 강준만(2019, 256-257쪽)은 특히 이 유형이 지역 언론에 적합하고 유용하다고 밝혔다. 민원의 공론화를 통해 불합리한 조례와 관행 등을 개선하면서도 큰 갈등 없이 비교적 쉽게 실천에 옮길 수 있기 때문이다. 지역 언론이 당면한 가장 큰 문제인 지역민의 무관심을 극복하고 신뢰를 제고하기에도 용이하다. 큰 비용을 들이지 않고 자연스럽게 지역 밀착 보도가 강화되는 부대효과까지 발생한다. 황민호 옥천신문사 상임이사는 창간 30주년을 맞은 비결에 대해 “지역의 공공성을 지키겠다는 초심”을 언급하며 “솔루션 저널리즘이란 말이 나오기도 전에 그걸 실천해왔다”고 강조했다. 초등학교 앞에 횡단보도가 없으면 만들어질 때까지 보도하는 식이다. 작은

31) 독자의 기부와 후원 등 재정 지원은 빈사 상태에 빠진 언론사 수익모델의 대안으로 떠오르고 있기도 하다. 2018년 11월12일 영국의 <가디언(The Guardian)>은 지난 3년 동안 전 세계에서 백만 명 이상의 독자들로부터 재정적 지원을 받았다고 밝힌 바 있다(김영주, 송해엽, 이성규, 2018, 12쪽).

공동체인 만큼 주민 한 명의 이야기도 귀담아 듣고 민원 해결에 나선다. 심지어 <옥천신문> 지면에 “로또 당첨번호를 실어달라는 분이 계셨어요. 인터넷이 안 돼서 당첨 여부를 확인하려면 읍내까지 나와야 되는 거죠. 그래서 로또 당첨번호 게재를 시작”하기도 했다(김민아, 2020). 솔루션 저널리즘은 민생 현장에서의 문제 해결 방식이기에 언론에 대한 신뢰를 높이는 데 기여한다. 이 과정에서 형성된 높은 수준의 관여는 독자 확보와 유지에 긍정적으로 작용한다(강준만, 2019, 255쪽). 솔루션 저널리즘은 비교적 최근에 회자되기 시작한 개념이나 옥천에서는 이미 일상화된 방식이다.

언론의 미래가치가 비단 구독경제, 참여 저널리즘, 솔루션 저널리즘에 한정되지는 않는다. 가령, 스티븐스(Stephens, 2014/2015)는 통찰과 이해를 축으로 한 ‘지혜의 저널리즘(wisdom journalism)’을 미래 대안으로 제안하기도 했다. 이 표현들은 초점이 조금씩 다를 뿐 미디어를 둘러싼 기술적, 산업적 환경 변화에 따라 기성 언론의 주 역할도 이동해야 함을 시사한다. <옥천신문> 사례 분석 결과는 아무리 시대 변화에 능동적으로 대처한다고 해도 언론의 기본 기능과 이를 담보하는 제도

적 틀인 편집권 독립의 선행은 여전히 유효한 가치임을 시사한다. 레거시 미디어라고 모두가 위기는 아니다. 낡은 유산과 단절하지 못한 레거시 미디어의 위기일 뿐이다. 지속가능성의 위협에서 상대적으로 자유로운 <옥천신문> 사례가 이를 방증한다.

최근 수도권 집중을 해소하기 위해 행정수도 이전이 다시 거론되고 있다. 주민 스스로 지역의 문제를 풀어나가는 지방자치제도가 시행된 지도 사반세기에 이르렀다. 지방일괄이양법 제정으로 2021년부터는 중앙 행정 권한의 상당수가 지방자치단체에 이양된다. 재정분권도 2022년까지 단계적으로 확대되고 자치경찰 등도 추진 중이다. 분권과 자치의 확대는 자치단체와 단체장의 권한도 커짐을 뜻한다. 그 어느 때보다 지역 단위에서 권력을 감시·견제할 언론의 역할이 절실하다. 본 연구에서 논한 <옥천신문> 사례를 통해 정체의 늪에 빠진 언론 일반은 물론, 특히 지역 언론이 지역사회 소통의 장으로 거듭나길 바란다. 학술적 측면에서 구체적 연구문제의 설정과 방법론의 적용을 통한 연구결과 도출이 체계적으로 이루어지지 못한 점 등은 후속연구를 통해 보완되길 기대한다.

참 고 문 헌

- 강용배 (2003). 지역사회 정체성과 사회자본 형성요인 분석: 지역사회공동체운동 사례를 중심으로. <한국정책과학회보>, 7(2), 189-215.
- 강준만 (2019). 지역언론의 활성화는 가능한가?: 지역에서의 ‘넋치-솔루션 저널리즘’을 위한 제언. <사회과학연구>, 58(1), 247-279.
- 고영직 (2019. 8. 5). ‘생막걸리’ 같은 자치와 자금을 추구한다. <아르떼365>. [On-line], Available: <http://arte365.kr/?p=74821>
- 권오성 (2018). 8개월간 ‘주민참여숙의제’ 이끌며 정책 개발. <신문과 방송>, 8월호, 30-31.
- 권오성 (2020a. 3. 6). 옥천군 비판 글에 고발로 대응한 공무원노조 ‘주민 입 막나’. <옥천신문>, 3.
- 권오성 (2020b. 7. 24). 모호한 옥천군 광고비 집행, 공식 기준 마련 필요. <옥천신문>, 2.

- 김국현 (2018). <모든 것이 연결된 세상 IT 레볼루션>. 서울: 정보문화사.
- 김민아 (2020. 2. 8). 커비스토리: 읽고 싶어 훑치기까지 하는 신문...지금도 있다, 옥천에. <경향신문>[On-line], Available: http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?art_id=202002080600065
- 김세은 (2006). 민주주의와 언론의 신뢰: '옳은' 언론과 '좋은' 언론에 대한 이론적 모색. <한국언론학보>, 50(5), 55-78.
- 김영주 · 송해엽 · 이성규 (2018). <클라우드소싱 저널리즘: 뉴스 후원의 가능성과 한계>. 서울: 한국언론진흥재단
- 김재영 (2006). 취재원 활용 관행의 차이: 『조선일보』와 『옥천신문』의 경우. <한국언론학보>, 50(1), 137-161.
- 김재영 (2020). 네트워크 시대의 지역 가치와 지역방송 플랫폼화에 관한 시론적 탐색. <한국언론정보학보>, 99, 40-64.
- 김조한 (2017). <플랫폼 전쟁>. 서울: 매디치.
- 류동협 (2018). '뉴스 사막'의 확산: 문 닫고 흡수되고...지역 언론 붕괴, '민주주의 위협' 우려 목소리.<신문과 방송>, 12월호, 70-76.
- 박문수 (2017). 서비스업 발전을 위한 공유경제 활성화 방안. <KIET 산업경제>, 3월호, 42-50.
- 옥천신문 (2020. 4. 20). <주간옥천신문(주) 2020년 정기주주총회 자료집>.
- 이광석 (2017). 자본주의 종착역으로서 '플랫폼 자본주의'에 관한 비판적 소묘. <문화과학>, 92, 18-74
- 이성길 (2020. 4. 7). 구독경제는 공유경제와는 차원이 다른 변화다. <Platum>. [On-line], Available: <http://platum.kr/archives/139184>
- 이소은 · 박아란 (2020). 편향적 뉴스 이용과 언론 신뢰 하락: <Digital News Report 2020> 주요 결과. <Media Issue>, 6(3), 1-13. 서울: 한국언론진흥재단 미디어연구센터.
- 이수강 (2004). 주목! 이 언론인(4): 오한홍 옥천신문 대표 겸 여의도통신 운영위원장. <인물과 사상>9월호, 141-152.
- 이안재 (2000). 지역신문의 현황과 전망: 옥천신문 창간 11년의 발자취에 비취. 한국언론학회 봄철정기학술대회 발표논문집, 455-458.
- 이정은 (2005). 언론개혁진영, 자신들에게 더욱 엄격해야. <월간 말>, 1월호, 212-217.
- 이정환 (2017). 솔루션 저널리즘: 팩트와 진실에서 한 걸음 더, 최선의 해결책까지. <신문과 방송>, 10월호, 40-47.
- 이종우 (2020. 5. 25). 플랫폼 기업에 추월당한 대기업의 위상. <한겨레>. [On-line], Available: http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/946263.html
- 이지효 (2016). <대담한 디지털 시대>. 서울: 알에이치코리아.
- 이현경 (2020. 3. 6). 방치된 조동호 생가, 복원사업 시작된다. <옥천신문>, 1.
- 임정빈 (2008). 풀뿌리 지역인터넷신문 진흥전략 비교분석. <정책분석평가학회보>, 18(2), 319-354.
- 장대익 (2017). <울트라 소셜: 사피엔스에 새겨진 '초사회성'의 비밀>. 서울: 휴머니스트.
- 장승기 (2020. 3. 17). 서울 계도지 예산, 지난해에 이어 또 늘어. [On-line], Available: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=205904>
- 장호순 (1998). 일그러진 한국 언론의 작지만 밝은 대안. <월간 말>, 4월호, 156-161.
- 장호순 (2001). <작은 언론이 희망이다>. 서울: 개마고원.

- 정경희 (2003. 8. 27). 옥천에서 일어난 일들. <미디어오늘>. [On-line], Available: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=22951>
- 정명은 (2012). 지방정부 개방성에 관한 개념화 연구. <한국지방자치학회보>, 24(3), 137-160.
- 정용복 (2018). 지역 방송과 대학의 상생 협력 방안에 관한 탐색적 연구: 제주 지역 전문가와 방송 관계자를 중심으로. <방송통신연구>, 103, 168-215.
- 정지환 (2001). 2001년을 달려온 아름다운 사람: 『옥천신문』 편집국장 오한홍. <월간 말>, 12월호, 28-29.
- 정효비 (2020. 3. 6). 옥천신문에서 경험했던 이야기. <옥천신문>, 22.
- 차재영 (2002). 지역신문의 성장과 공공영역의 구축: 충북 옥천 지역 사례를 중심으로. <한국언론학보>, 46(3), 446-482.
- 차재영 (2008). 지역신문과 지역공동체의 구축: 충북 옥천지역 사례를 중심으로. <언론과학연구>, 8(4), 592-627.
- 한국언론재단 (2006). <2006 한국의 인터넷신문>. 서울: 한국언론재단.
- 한국언론진흥재단 (2019). <2019 신문산업 실태조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 홍숙영 · 정의철 (2018). 지역방송 시청자 참여 프로그램의 새로운 패러다임: ‘동네방네TV’를 통해 본 협업과 지속가능성 모색. <한국방송학보>, 32(6), 201-240.
- 황혜정 (2018). <탈규모 시대의 제조업, ‘플랫폼 비즈니스’로 도약한다>. 서울: LG경제연구원.
- Abernathy, P. (2018). The expanding news desert. Chapel Hill, NC: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, University of North Carolina.
- Anderson, R., Dardenne, R., & Killenberg, G. (1996). The conversation of journalism. 차재영 역(2006). <저널리즘은 어떻게 민주주의를 만드는가?>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Batsell, J. (2015). Engaged journalism: Connecting with digitally empowered news audiences. 김익현 역(2016). 서울: 한국언론진흥재단.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). The elements of journalism. 이계경 역(2009). 서울: 한국언론재단.
- Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The communication of ideas (pp. 37-51). New York: Harper & Brothers.
- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2016). Platform revolution. 이현경 역(2017). <플랫폼 레볼루션>. 서울: 부·키.
- Pavlik, J., Caruso, D., Tucher, A., & Sagan, P. (1997). The future of online journalism: Bonanza or black hole? Columbia Journalism Review, 36(2), 30-38.
- Ravenelle, A. (2019). Hustle and gig: Struggling and surviving in the sharing economy. 김고명 역(2020). <공유경제는 공유하지 않는다>. 서울: 톨리코스터.
- Smicek, N. (2017). Platform capitalism. 심성보 역(2020). <플랫폼 자본주의>. 서울: 킹콩북.
- Stephens, M. (2014). Beyond news: The future of journalism. 김익현 역(2015). <비욘드 뉴스: 지혜의 저널리즘>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. International Journal of Communication, 6, 2923-2938.

Community Newspapers People Would Even Steal to Read: Case Analysis of Okcheon-Shinmun's Platformization

Jaeyoung Kim

Professor, Dept. of Communication,
Chungnam National University

While the phenomenon of news desert is publicly discussed, the Okcheon-Shinmun weekly newspaper is an unusual case. This study aims to find the elements Okcheon-Shinmun's success. In particular, it focuses on the changes since its inception in 1989 in terms of platformization. Its key has been defined as the core value of the product or service, its openness, user experience, and hybridization. Using this framework for analysis, this study reviews the existing literature, data, and news reports. At the same time, it makes participatory observations and interviews. As a result of the analysis, Okcheon-Shinmun proves that it adheres to the core values of local grassroots weeklies. The degree and scope of openness is practical beyond the functional level. User experience is high enough that a nearly double subscription fee increase does not deter readers. It has been confirmed that it is leading enough to make full use of the online two-track strategy beyond the typical hybridization. The results suggest that as the media environment rapidly changes, it becomes increasingly important to perform the basic functions of the media, at the core of which lies the independence of editorial rights. In addition, the study discusses how Okcheon-Shinmun is easily linked with the future values of the media, such as the subscription economy, participatory journalism, and solution journalism.

Keywords: Okcheon-Shinmun, Community Newspaper, Platformization, Editorial Independence