

# 새로운 지역공동체 저널리즘 연구 모임 성과보고서

## 1. 연구모임 구성 배경 및 목적

### (1) 구성 배경

0 중앙집권적인 발전 전략에 따른 피해와 한계를 타개하기 위한 방안으로 ‘지방분권과 균형발전’이 국정운영의 핵심 사안으로 제시된 이후 지방·지역에 대한 중요성이 크게 부각되고 있음.

0 완전한 지방분권이 이루어지지 않은 현재 상태에서 지방·지역의 잠재력과 경쟁력을 높이고 자치역량을 강화하여 자립화를 이루는 것은 상당한 한계가 있으나, 지방·지역단위에서 내생적 발전 전략과 로컬거버넌스론 등에 기반하여 지역발전을 촉진하기 위한 의미 있는 노력이 다양하게 전개되고 있음.

0 이런 가운데 어떻게 지방·지역의 고유한 정체성을 찾고, 지역에 내재한 잠재력과 각종 자원 등 발전 동력을 발굴하여 활용할 것인가가 주요 관심사로 대두됨.

0 이를 위해서는 지역의 고유자원인 지역민과 문화 및 역사자원, 사회경제적 자원 등을 발굴하고, 이를 풍부한 이야기를 통하여 소통, 순환시킴으로서 지역에 대한 지역민들의 관심과 이해를 높이고, 지역발전에 주체적으로 참여시킴으로서 건강한 공동체 증진에 기여할 필요가 있다고 판단함.

0 이에 따라 건강한 지역공동체 회복과 발전을 위한 소통, 순환채널로서의 지역 공동체 저널리즘에 관심이 있는 활동가와 각성된 시민을 중심으로 공동체 저널리즘에 대한 이론과 실재에 대하여 학습, 토론하고 이 지역에 적용 가능한 모델을 개발하는 연구모임을 구성하여 운영하고자 함.

### (2) 연구모임의 목적

0 내생적 발전과 지역의 공동체성 증진을 위한 이론적 학습을 통하여 지역에 대한 이해와 관심을 재고함.

0 지역공동체 저널리즘에 대한 국내외의 다양한 실험과 시도에 대한 선행사례를 실증적으로 연구, 분석하여 지역 공동체 저널리즘에 대한 공감대를 형성하고 확산시킴.

0 이 같은 과정을 통하여 이 지역에 적용 가능한 소통 채널의 개발과 함께 공동체 저널리즘에 대한 지속가능한 연구를 진행하기 위함.

## 2. 연구모임 운영 방법과 계획

### (1) 운영 방법

0 참여자를 중심으로 한 정기 연구 세미나 개최

- 내생적 발전과 지역의 공동체성 증진을 위한 이론적 학습
- 공동체 저널리즘에 대한 국내외 문헌 및 사례 검토
- 관련 전문가 및 선구적인 지역공동체 저널리즘 활동가 초청 토론

0 선진 사례 방문 간담회 개최

-전국 일부 지역에서 선구적으로 시도되고 있는 지역공동체 저널리즘 현장을 방문하여 다양한 경험과 지식을 획득

0 좌담회 개최

-연구모임 참여자를 중심으로 현실 가능하면서 지속가능한 지역공동체 저널리즘 모델 창출

## 3. 연구모임 운영 결과

### (1) 정기 연구 세미나

## 0 내생적 발전과 지역의 공동체성 증진을 위한 이론적 학습

내생적 발전모델은 1970년대 말 외생적 발전모델의 실패를 비판하고 이를 극복하기 위한 실제적인 경험을 토대로 제시되었다. 주로 다음과 같은 네 가지를 근거로 나타나게 되었다. 첫째는 1970-80년대 동안에 낙후지역으로 인식되어온 이태리의 중부, 북부의 소도시와 전원지역이 포함된 준 농촌지역인 일명 ‘제3 이태리’ 지역이 내적인 역동성을 갖고 괄목할 만한 진전을 이루어 왔다는 점이다. 둘째, 외부자본에 대한 의존성을 줄이고, 내재적 사업을 지원하며 지역주도의 각종 지역발전 프로젝트를 주도하는 지역주의 운동이 출현한 것에서 유래되었다. 셋째, 궁극적으로 환경과 경제적 활동의 토대가 되는 지역과 공동체들의 지속성을 포함하는 지역의 공동들의 지속성을 포함하는 지역의 지속가능성의 개념에 대한 논쟁을 통해서 나타나게 되었다. 넷째, 경제활동에 대한 통제, 부가가치의 지역 내 잔존, 사회적 약자의 보호 등 지역의 사회경제적 자립을 주장하는 환경주의자와 지역경제발전실행자들의 활동 등이 또한 그 기반이 되었다(고경호, 2013)

## 0 지역공동체 저널리즘의 개념 및 의미 고찰

지역공동체 저널리즘에 대해 학계 및 저널리즘 현장에서 학문적으로 규정되거나 합의된 정의는 없다. 지금까지의 지역공동체 저널리즘에 대한 논의는 주로 공공 저널리즘의 영역에서 진행됐다. 공공저널리즘과 지역신문, 지역방송 등 지역언론과의 관계 속에 지역공동체 저널리즘에 대한 논의 양상을 일부 확인할 수는 있지만 지역공동체 저널리즘에 대한 본격적인 논의라 판단하기에는 부족하다. 본 연구모임은 공공저널리즘의 확장, 지역이라는 범주의 심층화를 통해 지역공동체 저널리즘을 규정하고자 한다.

이를 위해 우선 공공저널리즘의 정의를 살펴보면 공공저널리즘 이론가인 로젠(Rosen, 1999)은 언론이 시민을 사회 문제에 대한 관심과 공동체 참여 활동에 어떻게 다시 연계시킬 수 있는지에 대한 지속적 방법 모색의 과정이며 기자들이 사람을 시민으로 또 공공문제에 잠재적 참여자로 행동하도록 돕고 공공토론을 하는 분위기를 만들고 공공의 생활이 순조롭도록 하는 것이라고 정의했다.

안병길(2003)은 공공저널리즘을 시민이 언론의 중심에서는 시민언론, 시민과의 대화를 통해 시민 속으로 파고드는 대화저널리즘, 일방통행식 저널리즘이 아니라 독자와 함께 언론을 만들어 나가는 쌍방향 저널리즘, 문제점을 들춰내는데 머물지 않고 실천적으로 문제 해결을 위해 나서는 문제해결저널리즘 등으로 요약했다.

이런 공공저널리즘이 지역과 결합해 공공저널리즘의 연구나 사례 평가 등이 이뤄졌

지만 공공저널리즘은 아무리 시민중심성을 추구한다고 해도 주체는 역시 언론사(기자) 중심이라는 한계를 갖는다. 또한 중앙집권적인 사회환경과 언론풍토에서 공공저널리즘이 결합한 지역언론이 충분히 중요성과 의미를 갖지만 한국의 지방자치제도 시행이 25년을 경과하면서 단순히 지역에 천착한 것만으로 공공저널리즘의 가치를 부여하기에는 미흡한 점이 양산되고 있다. 공공저널리즘이 애초에 추구하고자 하는 공공성을 보다 담보하기 위해서는 공공성의 초점을 어디에 맞춰야 하는지 명확하지 않으면 공공의 복리 증진에 앞세우지만 복잡한 지역사회의 권력 구도에서 일부의 공공 복리에만 복무할 우려가 발생한다. 이 때문에 연구모임은 공공저널리즘의 진화된 형태로 단순히 지역과 공공에 국한하지 않고 지역공동체에 주목한다. 여기서 지역공동체란 신예철(2012)의 “어떤 지역이나 장소를 함께 공유하면서 지속적인 사회적 상호작용을 통해 유대감, 소속감을 가지고 공동의 목적과 가치를 같이하는 집단”이라는 정의를 차용한다. 지역공동체 저널리즘의 모색과 검토는 신문이나 잡지를 중심으로 전개한다.

## 0 지역공동체 저널리즘의 국내외 동향 진단

### -지역종합일간신문

신문은 일간신문과 주간신문으로 이분할 수 있다. 일간신문은 전국종합일간, 지역종합일간, 경제일간, 스포츠일간, 외국어일간, 기타전문일간, 무료일간으로 구분해 볼 수 있다. 한국언론진흥재단의 2014 신문산업 실태조사에 따르면 지역공동체 저널리즘과 관계된 지역종합일간신문은 ABC 발행 부수 인증 기준 대전일보, 중도일보, 충청투데이 등 전국에서 100개가 발행되고 있다. 이들 지역종합일간신문은 한국의 행정체계에서 주로 광역 시·도 단위를 거점으로 발행되고 있다. 광역 시·도 단위를 중심으로 시·군·구를 담당하는 방식을 대부분 채택하고 있다. 발행지역은 전국종합일간에 비해 지역이 구체적이지만 특정 지역을 기반으로 한 지역종합주간신문에 비해서는 떨어진다.

### -지역종합주간신문

주간신문은 전국종합주간, 지역종합주간, 전문주간으로 구분할 수 있다. 한국언론진흥재단의 2014 신문산업 실태조사에 따르면 지역공동체 저널리즘과 관계된 지역종합주간신문은 538개가 있다. 충남은 천안아산내일신문을 비롯해 홍성신문, 태안신문, 당진시대, 뉴스서천, 청양신문 등이 있다. 홍성신문은 2012년 기준해 약 4억 8000만

원의 매출액과 전년대비 6.92%의 성장률을 보였으며 영업이익은 2억 4000만 원의 적자와 함께 전년대비 15.37% 감소했다. 태안신문 2억 6000만 원의 매출액과 함께 가장 높은 21.7%의 증가율을 보였으나 영업이익은 5000만 원의 적자를 기록했다.

#### -인터넷지역신문

신문 등의 진흥에 관한 법률에 따르면 인터넷 신문은 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 통신망을 이용해 정치·경제·사회·문화 등에 관한 보도·논평 및 여론·정보 등을 전파하기 위해 간행하는 전자간행물로 독자적 기사 생산과 지속적인 발행 등 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 것을 말한다. 인터넷신문은 생산하는 뉴스 콘텐츠의 특성에 따라 인터넷종합신문, 인터넷지역신문, 인터넷전문신문으로 구별해 볼 수 있다. 한국언론진흥재단의 2014 신문산업 실태조사에 따르면 지역공동체 저널리즘과 관계된 인터넷지역신문은 전국에 534개가 있다.

#### 0 지역공동체 저널리즘의 미래 조망

지역공동체 저널리즘의 일반적인 지역적, 사업적 범주에 관련된 지역종합일간신문, 지역주간신문, 지역인터넷신문 등은 포털과 스마트폰을 통한 뉴스 소비 등 새로운 미디어 환경 조성으로 위기를 맞고 있다. 지역종합일간신문의 위기는 고착화되고 있으며 대안미디어로 주목받던 지역주간신문도 운영여건에 어려움을 겪고 있다. 전국적으로도 지역주간신문의 모범적인 사례로 꼽히는 홍성신문은 2012년 기준해 약 4억 8000만 원의 매출액과 전년대비 6.92%의 성장률을 보였으며 영업이익은 2억 4000만 원의 적자와 함께 전년대비 15.37% 감소했다. 태안신문 2억 6000만 원의 매출액과 함께 가장 높은 21.7%의 증가율을 보였으나 영업이익은 5000만 원의 적자를 기록했다. 낮은 진입장벽으로 짧은 시간 폭발적으로 늘어난 인터넷지역신문도 낮은 진입장벽으로 형성된 난립양상으로 어려운 상황을 맞고 있다. SNS, 페이스북 등 소셜미디어의 등장과 1인 인터넷 방송 등도 과거 지역공동체 저널리즘의 범주와 관련된 매체들의 존립 환경을 위협하고 있다.

이런 환경에도 기존 신문 위주의 지역공동체 저널리즘에 머물지 않고 보다 지역에 천착하고 공동체에 충실한 콘텐츠로 지역공동체 저널리즘의 외연을 확장하고 있는 지역공동체 저널리즘 잡지들이 창간해 운영되고 있다.

#### (2) 선진사례 조사

## 0 선진사례 선정 기준

지역공동체 저널리즘의 범주인 지역과 공동체와 관련된 잡지를 만드는 현황에 대한 집계나 정부는 물론 학계에도 보고된 바 없다. 잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률에도 정기간행물을 동일한 제호로 연 2회 이상 계속적으로 발행하는 간행물로서 ‘신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률’ 제2조에 따른 신문을 제외한 잡지, 정보간행물, 전자간행물, 기타간행물로 구분할 뿐 잡지 가운데 지역 잡지를 따로 분류하지는 않고 있다. 이에 따라 연구모임은 지역공동체 저널리즘 잡지들의 사례 조사 대상을 제주와 서울, 수원, 전라도, 대전 등에서 활동하는 지역잡지 발행인 등이 모여 2013년 구성한 지역문화잡지연대의 회원사 가운데 창간 시기를 중심으로 초기형(전라도닷컴), 토착형(사이다), 복합형(대전 토마토)로 나눠 선정하고 방문을 통해 선진사례 조사를 진행했다.

## 0 선진사례별 조사 보고



## -월간 토마토

월간 토마토는 대전광역시의 문화예술 월간지다. 2007년 2월 예비호 발행, 2007년 5월 창간호 발행을 시작으로 2015년 9월 현재 101번째 잡지를 발간하며 성공적인 독립잡지로 자리를 잡고 있다.

출발은 새로운 언론에 대한 욕망. 당시 옥천신문 기자 출신 이용원(현 월간 토마토 편집국장)씨와 두 명이 모여 정론지가 아니라 생활 문화에 기반한 잡지를 만들자고 도모했다. 사람의 이야기를 녹여내는 잡지를 만들자는 바람이 월간 토마토의 시작이다.

새로운 잡지는 신선하게 인식되어 많은 사람들의 주목을 받았다. 하지만 여느 독립잡지와 다를 바 없이 운영에 어려움이 계속됐다. 참여한 인원들의 열정만으로 꾸려나가는 것이 쉽지만은 않았다.

상황을 반전시킨 것은 잡지 외 부대사업이다. 지역 다양한 기업 및 단체들의 디자인을 맡게 되고, 결정적으로 계룡건설 사보를 맡게 되며 잡지를 발행할 수 있는 여건이 가능해진 것. 이후 월간 토마토는 안정적으로 월 1회 발행을 이어나갈 수 있었다.

월간 토마토는 이어 잡지 발행을 넘어 다양한 사업을 하나씩 시도했다. 대전 지역 문화예술단체와의 연대, 지역 원도심권 활성화 등 지역과 공존을 꾀한 것. 월간 토마토 사옥을 대흥동으로 이전, 북카페 이데 운영을 시작하고, 북카페 이데에서의 공연 개최, 원도심, 공간의 재발견포럼을 여는가 하면 월간 토마토 단편소설 공모전 진행 등 지역 문화 공간으로서의 위치도 점해갔다.

월간 토마토는 2014년 기준 연간 매출 10억원을 내고 2015년 현재 직원 13명이 근무하며 안정적인 독립잡지로 자리를 잡고 있다. 서울 위주로 내용을 생산해내는 환경에서 지역을 기반으로 한, 그리고 사람의 이야기를 담은 문화예술 월간지라는 것만으로도 의미 있다. 동시에 대부분 독립잡지들이 경영과 비용을 이유로 지속되지 못하는 환경에서 창간호 이후 9년차에 접어드는 등 성공적인 모델을 보인다.

## = 준비에서 창간까지 어떤 준비들을 했고 이후 안정적인 발행까지 어떤 과정을 거쳤나

뜻을 같이 한 세 명이 모여 새로운 잡지를 발행하기로 마음을 모았다. 새로운 잡지는 유가지로 결정하고 당시 한 부 5000원인 구독자 300명을 모아 1년간 준비를 거쳐 2007년 2월 예비호 300부를 만들었고 곧 이어 5월 창간호를 만들었다.

1년 정도 지난 후 대흥동에 사옥을 이전한 후 지역을 기반으로 한 다양한 문화사업

을 할 수 있었고, 디자인 의뢰도 들어왔다. 시민단체와 업무 제휴도 많아졌다. 1층에 북카페를 운영하게 되면서부터는 더 다양한 문화행사를 기획하고 도모할 수 있었다. 카페 운영과 동시에 전시와 공연 등도 할 수 있다.

창간 후 안정되었다고 생각한 시점은 5년이 지난 후다. 이후 어느 정도 경영에 안정이 보였고 미래를 계획할 수 있었다.

#### **= 월간 토마토가 담고 있는 내용은 무엇인가**

‘공간, 사람 그리고 기록’이 우리의 테마다. 지역의 사람 사는 냄새가 가득한 잡지를 목표로 한다. 토마토가 가야할 방향은 끊임없이 콘텐츠를 기획하고 생산하는 것이고, 그 콘텐츠는 공공성을 지닌, 공공디자인이다. 그중에 잡지가 존재한다.

월간 토마토 안에서 지역의 문화공연을 도모하고 지역의 이야깃거리를 만들 것이다. 서울 수도권에만 의존할 것이 아니라 우리가 우리의 이야기를 만드는 것이 충분히 가능하다.

#### **= 월간 토마토의 경영은 어떻게 이루어지나**

2014년 기준 매출은 10억으로 이월금 1억을 냈다. 매출 규모는 북카페에서 2000만원 정도, 잡지에서 1억원(월 800정도. 1000부 구독+광고비는 미비. 200만원 정도), 사보와 디자인에서 8~9억원 정도다.

#### **= 현재 월간 토마토의 상황은 어떤가**

1000부를 찍고 구독비용은 7000원이다. 서점 판매도 하고 있는데 월 10~20부 판매된다. 2015년 1월 1일에 법인전환을 했고, 처음 함께 출발했던 5명은 주주이자 이사로 올라 있다. 편집 4명 디자인 6명 문화사업 2명 법인사업팀 1명 등 총 13명의 직원이 일하고 있다. 올해 경영적인 측면에서는 주식을 오픈할 계획을 갖고 있다. 많은 사람들이 토마토 안으로 들어오게 하려고 한다.

#### **= 앞으로 월간 토마토의 계획은 무엇인가**

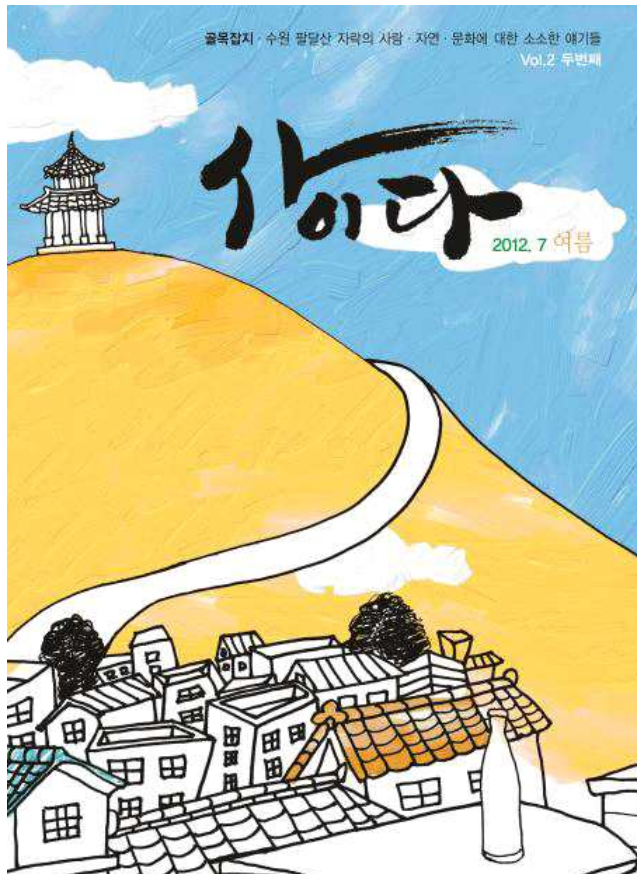
그동안 사보와 디자인에 많은 비중이 있었는데, 잡지를 다시 중심으로 두려고 한다. 어려움이 있을 것이고, 실제로 나타나고 있지만 시도하려고 한다.

온라인도 고민한다. 확장할 생각이다. 팟캐스트도 나갈 수 있는 영역이다. 사회적기업 신청도 진행하고 있다. 편집위원회도 구성할 생각이다. 잘 만들어야 잘 팔 수 있다.



이제 구독자 5000명을 만드는 것이 목표다. 세상을 바꿀 수 있다. 5000명 집단의 힘으로 지역의 문화공연을 도모하거나 지역의 이야깃거리를 만들 수 있다.

## -계간 사이다



‘사이다’는 2012년에 창간한 비교적 짧은 역사를 가지고 있다. 그럼에도 불구하고, 탄탄하게 지역에서 뿌리내리고 있다. 짧은 시간 안에 지역에 뿌리내릴 수 있었던 이유가 여러 가지 있었겠지만, 이들이 내세운 키워드가 지역에서 통했다고 생각한다.

‘사이다’의 키워드는 ‘사람과 사람’, ‘사람과 자연’, ‘마을과 마을’ 등 우리 주변의 수많은 사이에 대한 이야기를 담아내고 있다.

‘사이다’를 조사하고자 하는 또 다른 이유는 경영적인 문제를 어떻게 극복하고 있는지에 대한 힌트를 얻고자 했다. 경영적인 문제를 해결하고자 법인명을 ‘더 페이퍼’로 변경하고, 예비사회적기업으로 전환을 했다. 물론 자금으로 인한 경영난을 해결하는 완벽한 대안은 아니지만, 초반에 기반을 만들어 내기 위한 최선의 선택이었다고 생각한다.

‘사이다’는 다른 지역의 공동체잡지와 다른 점이 있다면, 잡지를 시민들에게 무료로 배포하고 있다는 것이다. 더군다나 광고와 후원금이 많지 않다. 그럼에도 불구하고 아직까지 잡지가 나올 수 있었던 이유는 최서영 편집장의 말 속에서 찾을 수 있었다.

“책을 만든 후 구로의 제본소를 찾았는데, 그곳에서 40년 간 제본에 종사하고 있는 분을 만난 적이 있죠. 그 분에게 물었어요. 돈도 안 되는 일을 오랫동안 하시는 이유가 뭔지를. 그 분은 ‘역사의 한 부분을 기록하고 만들고 있다는 자부심만으로도 일하는 이유가 충분하다’고 하더군요. 다시 한 번 마음을 다잡는 계기가 됐습니다.”

### **=잡지의 출판 기간, 계간지 or 월간지**

우리 연구모임의 출판 기간을 얼마나 둘 것인가에 대한 고민을 하게 되었다. 대부분의 공동체잡지들은 월간지로 운영이 되고 있었다. 그리고 ‘사이다’의 경우는 계간지로 운영이 된다. 예산의 상황, 인력상황 등에 따라 출판기간이 설정될 수 있다. 자주 출판되는 것이 사람들에게 많이 보여줄 수도 있을 것이다. 그러나 그보다 더 중요한 것은 바로 얼마나 깊이 있는 콘텐츠를 담아낼 수 있는지, 얼마만큼 지역과 깊이 있게 소통하고 있는지가 아닐까 생각한다.

### **=공간에 대한 고민**

‘사이다’의 공간은 우리 연구모임에서 찾아간 곳 중 가장 인상 깊었던 공간이었다. 기왓장과 곡선이 살아 있는 한옥, 크지 않은 공간 곳곳에 알차게 짜여진 아담한 방들. 한국적인 분위기 속에 소박함과 친근함이 묻어난다.

이곳 공간에서 교육과 공연, 전시회 등 다양한 네트워크가 이뤄지고 있다. ‘사이다’를 보면서 공간이 가지고 있는 강점이 상당하다고 생각된다.

삶의 이야기를 담겠다고 기자와 실무자들이 모이는 아지트이자, 지역민들과 직접 만나는 소중한 통로의 역할로써 공간이 주는 의미를 다시금 생각하게 된다.

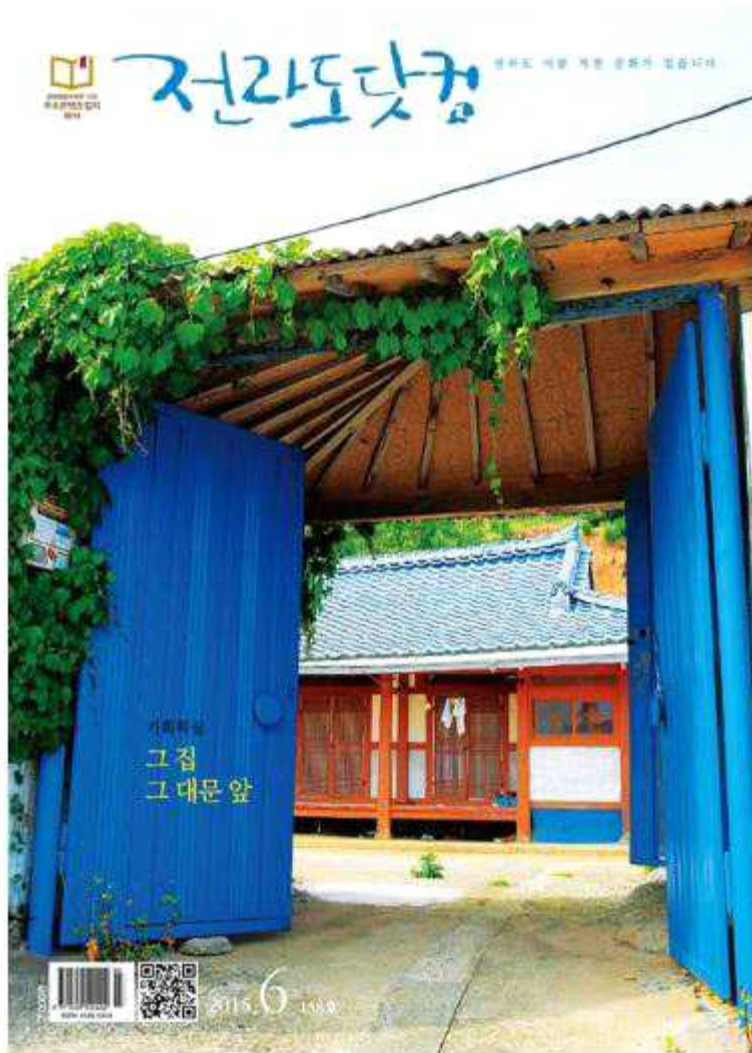
### **=모든 공동체잡지의 현실, 경영난**

공동체잡지를 만들어내고 있는 곳 모두 재정에 대한 고민들이 많다. 다른 지역보다 ‘사이다’의 경우 무료잡지 배포이기도 하며, 광고와 후원금이 적은 만큼 어려움이 많다. 대표자의 자비로 만들어지는 것이 지속성에 대한 의문이 든다. 예비사회적기업 역시 일시적인 지원인 만큼 지속성에 대한 대안이 아니다. 잡지에 가격을 매긴다

고 해서 해결할 수도 없다. 외주 디자인 작업과 카페운영 수입으로도 부족하다. 큰 의미와 가치만으로는 분명 한계가 있다.

지속성.. 아무리 질 높고 좋은 잡지라 하더라도, 꾸준히 소통할 수 없다면 과연 생존할 수 있을지 의문이다.

## -월간 전라도닷컴



2000년 웹진으로 출발한 월간 <전라도닷컴>은 전라도 곳곳에서 만나는 사람들이 풀어내는 삶의 이야기, 전라도 구석구석의 자연과 음식에 담긴 이야기, 그리고 풍요로운 전라도 특유의 문화를 실어왔다. 보기 드문 토속성 넘치는 지역매체로 자리매김했다. 구성원은 편집장(황풍년), 대기자, 사업본부장, 사진기자, 구독관리, 취재기자 3명이다. 배포는 정기구독(1년 8만원), 그밖에 전라도 지역 서점들을 통해 직판히거 있다. 판형은 A4 90쪽 올칼라이다. 월간 전라도닷컴 내용은 연재물로 하늘에서

본 전라도, 큰 가방속 이야기, 참죽이의 촌철살이, 땅끝에서 바다보다, 무지개빛 어울림, 최명진의 청안, 시골도서관 풀내음, 동락세상, 동물들이 들려주는 이야기, 사람꽃피다, 그림속 전라도, 한송주의 길따라 인연따라, 피어라 흥터, 문화쌈지, 축제, 독자편지 등이 있다. 부대사업은 아름다운 전라도말 사투리대회, 도서발간(두근 두근 화순여행 등 10권), 영화 시사회, 독자모임, 독자와 함께 떠난 1박2일, 후원회, 남도문화의 원류를 찾아서 등 음악회, 전라도 특산품 파는 온라인 쇼핑몰 전라도몰 등이 있다. 홈페이지 특징으로는 전라도 사투리 사전을 수록하고 있다. 전라도닷컴은 그동안 문화체육관광부 선정 우수콘텐츠 잡지, 광주MBC 희망대상 교육문화부문 대상 수상 등을 수상했다.

전라도닷컴의 특징으로는 지역 공동체 잡지 1세대로 편집장의 열정이 돋보인다. 편집장인 황풍년은 1964년생 순천에서 태어나 고등학교까지 고향에서 마치고 서울의 한 대학에서 문학을 전공했다. 1991년 광주지역 일간지(전남일보) 기자로 출발해 2000년 <전라도닷컴> 웹진을 만들고, 2002년 3월 월간 <전라도닷컴>을 창간해 발행인과 편집장을 맡고 있다. <버꽃 피는 마을은 아름답다>, <풍년 식탐>이란 책을 내기도 했다.

후원구조로는 고문, 자문위원, 홍보위원 등 70여 명으로 전라도닷컴을 지키는 사람들을 위촉해 운영하고 있다.

#### **=월간 전라도 닷컴을 시작하며 부딪힌 고민은 무엇인가**

의욕적으로 출발했지만 바뀌고 사업으로 할 것인지, 공동체 운동차원에서 할 것인지 주도하는 사람들 사이에서 확실히 되지 않으면 상근을 둘 것인가 말 것인가, 상근이 없이는 어려운 일이다. 누군가는 그 일을 전담해야 한 두 명이라도 있어야 한다.

#### **=전라도 닷컴은 어떻게 생존하는가**

지역에서 쏟아지는 여러 가지 매체들이 정보 홍수를 이루고 있다. 지역에서 만드는 것은 지역을 기록하는 소명을 갖고 있어야 한다. 지금 쏟아지는 매체 가운데 상업주의 눈요기거리, 시장에서 잘 팔리는 것을 하기 때문에 그런 것을 염두 해 두고 지역에서 만드는 것은 백전백패했다. 세상의 눈요기거리는 전문가 문화이다. 서울하고 게임이 안 된다. 뭔가 만들어낼 때 지역에서 어떤 것이 부족한가. 결핍한가 지점을 찾아야 한다. 지역이 끊임없이 소외되고 지역주민 삶이 주류 밖으로 밀려나고 지역 삶이 오래되고 낡은 것들 가치가 미적인 아름다움을 밀어내버리는 세상. 지역에서 그것을 포착해서 끊임없이 담아내는, 서울의 주류세계가 밀어내는 지역사회 가치.

삶의 소중함을 당대에 기록한다는 사명을 갖고 전라도 닷컴은 출발했고 그것으로 생존했다.

#### **=지역 매체들이 비등하지 않은가**

아니다. 지역에서 매체를 만들 때 서울이나 중심부와 마찬가지로 똑같이 돈 잘 버는 사람, 성공한 사람, 예술, 교수 중심으로 가는 경우가 있다. 서울 중심의 시장 논리와 똑같다. 관점의 차이가 있겠지만 전부다 열에 일곱 여덟은 동네완장이나 토호들 낫 내주는 것을 당대의 이름을 팔아 기록한다. 전라도 닷컴은 그렇지 않다.

#### **=전라도닷컴은 무엇이 다른가**

우리 시대 삶과 문화를 기록한다. 제일 중요한 것은 사람을 중심으로 한다는 것이다. 쳐다만 보고 구경만 하는 것이 우리 삶이 불행이다. 지역에서 무엇을 만드는 것을 공동체의 중요성. 땅의 소중함. 가령, 내안에 갖고 있는 디엔에이가 어디에서 왔는가를 전라도닷컴은 천착했다. 다른 잡지들은 명목은 공동체를 앞세우면서 지역을 팔아 유명한 사람, 돈 잘 버는 사람 성공스토리로 매몰됐다. 재미도 없고 나중에는 소재도 고갈된다. 전라도 닷컴은 15년 동안 전라도의 보통사람들 농사짓는 사람들 조개 캐는 아낙들. 우리 당대에서 밀려난 얘기들 그런 부분을 기록했다.

#### **=낮은 자의 현장, 기억을 기록해도 전라도닷컴만의 특징이 있다면**

그 분들의 말씀 입말을 훼손하지 않는다. 인터넷이 보편화 됐지만 진짜 지역언론. 삶의 이야기는 여전히 결핍됐다. 전라도 닷컴은 보통사람들의 삶이 얼마나 아름다운지를 찾아야 한다고 결심했다. 콘셉이 모아졌고 우리가 전라도를 잘 알 수 있고 그분들 삶과 문화. 마을을 중심으로 한 공동체문화. 그분들의 철학을 그대로 담으며 왜곡하지 않고 현장 분위기와 말의 뉘앙스를 그대로 살리는 방식을 채택했다. 그래서 전라도방언의 보고가 됐다.

#### **=의미 보다 돈 되는 일이 대우받는 사회다**

결국은 돈이지만 돈이 안된다는 각오로 출발했다. 돌아보라. 2000년 인터넷으로 각종 미디어가 쏟아져 나왔지만 서울 중심의 이야기였다. 편의성으로 인터넷을 오픈해 전라도 닷컴을 취재해서 담아 넣었다. 전라도 닷컴은 글들이 호흡이 길다. 10대들에게는 재미가 없다. 인터넷을 깊이있게 사용하는 사람들에게 호응하는 콘텐츠다. 우리 콘텐츠를 정말 좋아하는 사람은 인터넷이 아니다. 오프라인과 견해야 한다. 종이

로 옮겨가면서 종이 전라도닷컴으로 출발했다.

**=전라도라는 이름을 표제에 쓰며 다른 지역 사람들의 거부감에 대한 우려는 없었는가**

이름은 그 시대의 현상을 반영한다. 전라도라는 이름에 대한 거부감 분명히 있다. 바꾸자고 한 주장도 있지만 그것도 지금의 정체성으로 정리했다. 전라도닷컴을 등록하며 제주도닷컴 등 각 지역 닷컴의 도메인을 등록했다. 전라도 뿐만이 아니라 모든 지역이 서울 흥내내기를 그만두고 해당 지역을 중심으로 삶과 문화를 기록하자는 취지였다.

**=팔도닷컴을 만들자는 것인가**

그렇다. 전라도닷컴 뿐만이 아니라 온.오프라인을 떠나 팔도닷컴 네트워크 만드는 것이 꿈이다. 사실 경상도닷컴 만들려고 부산도 여러 번 다녀왔다. 발기인으로도 참여했지만 현실화되지 못했다.

**=전라도닷컴이 현실화 된 계기는**

지역이 빅마트라는 업체 사장과 개인적인 친분이 있었다. 지역신문 기자 그만두고 국회 보좌관으로 가기로 약속이 됐었다. 고별인사를 하려고 빅마트 사장을 찾아 봤다. 좋은 지역언론을 만드는 것이 꿈이라 얘기했더니 빅마트 사장이 자기가 문화사업을 하려고 하는데 서울 가지 말고 뭐든 같이 해보자고 말했다. 동료들의 투자를 받아 주축 여기자 두 명, 상근 다섯 명, 재택근무 한 명으로 출발했다.

**=제작과 유통은 어떻게 하는가**

전라도닷컴은 스토리 콘텐츠가 강한 매체다. 정기구독자가 3000여 명이다. 나머지는 서점 유통이다. 무가지는 거의 없고 지역서점 교보문고, 영풍문고에도 진열된다. 2007년 빅마트가 어려워지고 잡지를 그만 펴내려고 해 정기독자 명단만 갖고 나왔다.

**=문을 닫을 위기였는가**

정기구독자 명단만 있을 뿐 돈 한푼 없었다. 다음달 잡지를 인쇄할 만한 돈도 없었다. 독자들에게 편지를 썼다. 잡지를 좋아하는 독자들이 모금운동을 했다. 전라도닷컴처럼 만드는 매체가 한국에 없다. 전라도닷컴 같은 정체성을 가진 잡지는 없다.

문화적인 다양성과 심미안을 지닌 사람들 박원순 시장, 판화가 이철수, 서명숙, 올레 이사장 등이 전라도닷컴의 후원자를 자처하고 나섰다.

#### **=그분들이 왜 전라도닷컴 살리기에 나섰다**

샘이 깊음 물처럼 전라도닷컴에서 한국적인 것을 봤기 때문이다. 전라도닷컴은 전라도의 순수한 본질, 속살만을 보여준다. 전라도 사람들이 아닌 분들이 전라도닷컴을 계속 보는 이유는 지역 감정을 조정하는 것이 아니라 삶의 진정성을 계속 보여주니깐 전라도 사람들이 저라하니 특별하지만 똑같구나 손발톱 다 짧도록 자식들 먹여 살리는 구나. 특별하게 느껴지지만 삶의 보편성이 깃든 이야기이기에 전라도닷컴이 지속한다.

#### **=잡지 말고 다양한 이벤트도 하는 것으로 알고 있다**

제한적인 범위에서 이벤트를 한다. 사진을 팔아서 잡지에 보탬되보자고해서 촌스런 사진전을 기획했다. 전라도말 경연대회는 전라도말 경연대회 지역말들이 사라지고 지역말들이 폼훼되는 사회에서 우리 어머니 아버지가 지역말을 쓰고 있는데 천덕꾸러기로 만들어서 되겠느냐는 문제의식에서 지역말을 쓰는 것도 아름답다고 해 기획했다. 아름다운 고향의 말 전라도말을 자랑하자고 하니 시립민속박물관도 같이 했다.

#### **=잡지와는 또 다른 보람이 있을 것 같다.**

93세 할머니가 대상을 받았다. 그 어머니들이 70, 80, 90, 될때까지 얼마나 힘들게 살았겠는가. 이름 석자 가지고 어디 가서 상을 받았겠는가. 정말 장한 어머니들이다. 요즘 인문학강좌가 유행이라고 하지만 유명한 사람들을 불러다가 서울에서도 하는 강좌. 부산광주 똑같이 하지 않는가. 인문학도 지역 삶과 구체적으로 연결돼야 한다.

#### **=전라도닷컴의 콘텐츠가 쌓이는 것 같다**

요즘은 전라도그림전 연재로 고향화가들이 고향 전라도의 특정한 장소를 그린 작품들을 연재하고 있다. 실제로 그 지역의 이런거 저런거 귀하게 여기고 모으면 모으을수록 자산이다. 모으면 활용이 가능하다. 잡지를 콘텐츠 모아 놓으면 여러 가지 활용이 가능하다. 내 경우도 전라도닷컴 연재 글들을 모아 풍년식탐이 서울에서 나왔다.

### **=전라도닷컴의 어려움은 없는가**

왜 없겠는가. 전라도 농수산물을 파는 전라도 특산물을 운영했지만 실패했다. 전라도닷컴의 독자가 많을 때는 5000명을 넘었지만 지금은 줄어 마지노선이 3000명이다. 월간지, 그것도 지역잡지 독자 3000명은 우리나라 많지 않다. 대부분의 잡지가 큰 기업들 잡아 강매하는 것이 많다. 자기 돈 내고 인문학 잡지를 거의 없다. 영상시대 도 잡지를 위협하고 있다.

### **=어렵지만 왜 전라도닷컴을 계속하는가**

전라도닷컴은 취재 방식이 우리가 선택한 길을 간다. 친자매로 꾸려진 기자들이 엄청난 선수들이다. 취재하는 방식이 대상을 도구화 하지 않는다. 아무리 작은 여행지를 소개해도 그 안에 들어가 있는 사람들 삶의 이야기를 깨알같이 취재하고 기록해 보여준다. 취재를 가도 예를 들면 시장 할머니들 옆에서 하루 종일 같이 한다. 어려운 일이지만 소설 몇 권에 버금가는 어르신 이야기들을 들으려면 그만한 수고야 해야 하지 않겠는가. 기존의 매체 풍경안에 감춰져 있는 스토리. 그런 것을 보지 않으면 겉모습만 훑어보고 간다. 겉만 보면 우열이 있다. 사람사는 곳을 그런 식으로 도구화 해서는 안된다. 어느 지역을 가도 똑같은 풍경이지만 평생을 자식 몇 사람 키웠고 구구절절 풀다 보면 그 바다와 갯벌, 섬의 풍경이 엄청 다르게 다가온다. 전라도닷컴은 그런 방식으로 기록하고자 한다.

### **=전라도닷컴의 외부 필자 원고료는 어떻게 책정하는가**

고무줄이다. 자기가 글을 써서 먹고 사는 사람 많이 주고 자기가 글을 써서 원고료 안 주겠다고 해도 쓰는 사람은 정말 소정의 고료만 준다. 단 우리가 정해서 준다. 매체가 신뢰를 얻으면 글을 쓰는 것이 프라이드로 다가온다. 전라도닷컴에서 청탁하고 글이 실리면 자기글이 인정됐다는 분위기이다.

### **=적자와 전쟁은 아닌가**

항상 적자다. 현재는 돈만 기록하는 역사이다. 돈의 사회에서 우리는 전라도만큼 인기가 없다. 하지만 사람살이는 들여다보면 들여다볼수록 그것의 가치가 있다. 삶은 계속되고 있기 때문에 어떤 사람의 이야기 새로운 것이고 지금 여기를 끊임없이 기록하는 매체로 전라도닷컴은 역할을 다하고자 한다.



### (3) 선진사례조사 시사점

0 잡지와 다양한 부대 사업(사진전, 출판사업, 콘서트 등)

0 후속세대 발굴의 어려움(전라도닷컴)

0 사회적기업 등 조직체계 변화로 새로운 활로 모색(계간 사이다)

0 특성화 잡지로 자기 영역 구축

(전라도닷컴-향토성, 계간 사이다-동네, 사이다-문화)

### (4) 발전적인 새로운 지역공동체 저널리즘 모델 도출

#### o 천안을 중심으로 지역사회 진단

천안시는 충청남도 북부내륙권에 위치하며 동측으로는 충북 진천군, 서측으로는 아산시, 남측으로는 공주시와 세종시, 북측으로는 평택시, 안성시 등과 접하고 있다. 2013년 기준 천안시는 60만 6654명으로 충청남도 인구 209만 7555명의 약 28.9%를 차지한다. 세대수는 23만 8677세대로 충청남도 세대수 85만 7699 세대의 약 27.8%를 차지한다. 천안시 유동인구는 전입.전출 인구 모두 충남도 평균보다 상회하며 이동을 또한 높은 수치를 나타내고 있다. 천안시 지역내총생산(GRDP) 규모는 2011년 기준 19조 5920억 2700만 원을 나타냈다. 천안시의 지역내총생산은 2011년 기준 충청남도내 23.1%로 높은 비중을 차지하고 지역내 총생산 중 제조업이 54.1%로 가장 많다.

지역공동체 저널리즘 관련한 지역언론의 분포는 천안만을 중심으로 한 지역종합일간신문은 없다. 지역종합주간신문으로 천안아산내일신문, 충남시사신문, 천안신문이 발행되고 있다. 인터넷지역신문은 천안인터넷신문 등 3개사가 있다.

지역잡지는 천안문화재단에서 발행하는 월간지 도솔문화가 있으며 비정기적 지역잡지로 2011년부터 2012년까지 시민들의 자발적인 참여로 잡지 ‘행복한 고민’이 5호까지 발행됐다.

#### o 천안에 적합한 새로운 지역공동체 저널 모델 제시

- **컨셉** : 지역.사람.이야기가 있는 잡지, ‘천안人’ 창간

- **배경** : KBS, MBC, 조선일보 등 전국방송과 전국일간종합신문, 지역일간신문 등은 천안 메르스 환자 발생이나 공사현장 가설물 붕괴, 새누리당 천안갑 당협위원장 내정, 천안.아산 선거구 증설 총력 등 정치사회적인 이슈나 의제만 주목해 다룸. 반면 연구모임이 방문을 통해 사례를 조사한 전라도닷컴, 사이다, 토마토는 지역에 천착해 사람들 이야기를 중심으로 내세우며 지역공동체 저널리즘의 지평을 넓히고 있음. 이에 따라 천안에도 지역공동체 저널리즘을 실천해 나갈 새로운 잡지를 창간

- **콘텐츠** : 천안(CHEONAN)을 담는다.

Challenge(도전:새로운 일이나 환경에 도전하는 사람들의 이야기를 담습니다)

Happy(행복:사람들의 작지만 행복한 이야기를 담습니다)

Education(교육:배우고 나누는 사람들의 이야기를 담습니다)

Organization(단체:다양한 영역의 건강하고 활기찬 단체의 이야기를 담습니다)

News(소식:지역의 궁금하고 필요한 이야기를 담습니다)

Alive(살다:소외되고 힘든 여건에서도 곳곳이 살아가는 사람들의 이야기를 담습니다)

Normal(일상:오늘을 살아가는 사람들의 일상 이야기를 담습니다)

- **형 태** : 판형 16절지 크기, 칼라, 80p, 1000여 부, 유료

- **콘텐츠 활용**

=‘천안人’에 등장하는 시민 등을 촬영해 영상으로 만들어 잡지 ‘천안人’의 페이스북 계정에 노출하고 영상을 추려 유튜브 등 SNS에 소통

- **재원조달**

협동조합 형태로 조합원 모집.운영, 크라우드 펀딩 등 활용

## 4. 연구모임의 성과와 활동 방안

(1) 천안에 적합한 새로운 지역공동체 저널리즘 모델 창출 및 연구 논의 지속

(2) 천안에 기반한 새로운 지역공동체 저널리즘 잡지 온.오프라인 창간 추진

(3) 천안에 기반한 새로운 지역공동체 저널리즘 플랫폼 개설 추진

(4) 새로운 지역공동체 저널리즘 확산을 위한 시민영상학교 개설 추진

(5) 새로운 지역공동체 저널리즘 확산을 위한 시민 너나들이 인터뷰학교 개설  
추진