

프랑스의 지방일간지 연구

朴 明 珍

서울大 新聞學科 教授

목 차

- | | |
|------------------------|------------------|
| I. 서 론 | 3. 지방신문 기업집중의 형태 |
| II. 본 론 | 4. 지방신문 기업집중의 결과 |
| 1. 중앙지의 쇠퇴와 지방지의 발달 | 5. 지방신문 독자의 특성 |
| 2. 지방신문 기업의 집중현상과 그 원인 | III. 결 론 |

I. 서 론

신문기업의 집중현상을 방지하기 위한 국가의 노력에도 불구하고 오늘날 미국, 서독, 일본, 영국 등의 선진 자본국가에서는 몇개의 프레스그룹이 중앙, 지방의 일간지를 주축으로 하여 시사주간지, 전문주간지에 이르기까지 다수, 다종의 출판물을 장악, 신문기업을 독점적으로 콘트롤 하고 있는 현상이 심화되어가고 있다. 특히 영국에서 두드러지게 나타나고 있는 중앙일간지를 정점으로 여러지방의 일간지를 연결하는 피라밋구조의 신문체인 형성이 이들 나라에서 급속히 진행되어 가고 있다.

대부분의 나라에서 일반기업의 집중현상을 방지하기 위해 Anti-Trust법을 적용하고 있으나, 재정적 기반이 허약한 산업분야의 경우에는 도산이 꼬리를 물고 일어날 염려가 있어 일관성있게 시행되지 못하는 일이 많은데 신문기업의 경우가 그 대표적인 예에 속한다. 특히 신문기업의 집중현상은 여론의 획일화 위험부담이 크기 때문에 다른 분야의 기업보다 엄격히 다루어져야 할 것이나 텔레비전의 출현이후 신문의 광고수입 감소로 신문들이 경영난에 허덕이는데다 현대신문의 운영에는 점점 세련되어가는 값비싼 인쇄시설과 정보유통을 위한 현대적 텔레컴퓨터니케이션시설등을 위해 소규모 자본의 신문기업이 감당해 낼수 없을만큼 투자의 규모가 점차 확대되어가는 추세에 있어서 신문기업의 집중현상을 허용할 수 밖에 없는 처지에 놓이게 된 것이다.

신문기업의 집중결과 선진 자본국가에서는 중앙지도 그 수에 있어 감소를 가져와 한지역에서 한개 또는 많아야 둘정도의 신문이 발행되는 정도이며, 한개 이상이 발행되는 지역에서도 같은 그룹이 조·석간을 동시에 소유하고 있는 경우가 태반이다. 미국의 도시중 97%에 달하는 지역에서 단 한개의 지방일간지가 발간되고 있고 두가지가 발간되는 나머지 3%의 지역에서도 소유주가 동일한 경우가 대부분인 실정이다. 이같은 현상은 신문기업들의 제

정적 기반의 허약성 때문에 불가피해진 것이나 지방 언론의 다원주의 실현에 결정적인 타격을 가한 것으로 평가되고 있다.

우리나라에서는 지난 80년 지방신문들의 통폐합으로 지방도시에서 한개이상의 지방신문을 소유할 수 없게 되었다. 이것은 재정구조가 허약한 지방신문들의 난립으로 그동안 심심치 않게 행해져온 언론계의 비리와 부조리를 방지할 것을 주목적으로 해서 이루어진 것으로, 자생적인 집중현상의 결과는 아니었다. 또한 지방신문의 기업집중이 이미 오래전에 이루어져 그 부작용과 폐단이 노정되고 있는 서구사회의 모델을 인위적으로 구현시키려하고 있다는 점에서 많은 모순점과 위험성을 내포하고 있다.

불란서에서는, 다른 선진자본국들에서의 마찬가지로 몇개의 독점그룹이 형성되어 신문들 비롯한 다른 정기간행물의 독점현상이 일어나고 있으나 다른나라에 비해 정도는 덜 심한 편이며 다른나라에서 볼수 있는 것같은 중앙지를 정점으로해서 지방신문들을 연결하는 신문체인 형성은 별로 이루어져 있지 않다. 물론 지방신문의 기업집중 현상은 점점 심화되어가고 있으나 그것은 동일지역내의 신문들 끼리의 합병, 소규모 신문의 도산을 막고 그간 놀랄만하게 진행되어온 지방신문 성장의 주요요인으로 지적되고 있으나 이같은 상황이 20여년간 지속되어온 오늘날 드러나고 있는 여러가지 폐단이 지방신문의 장래를 어렵게 하는 것으로 평가되고 있다.

비록 우리나라에서 지방신문의 독점현상이 자생적인 것이 아니라 정부의 행정력에 의해 인위적으로 이루어진 것이라 해도 중앙지와 지방지를 연결하는 신문체인이 형성되어 있지 않은 상황에서 지방신문의 독점이 이루어져 있다는 점에서 우리나라와 불란서의 지방신문 현황은 비슷한 면모를 보이고 있다. 따라서 불란서 지방신문의 기업집중현상이 지방신문의 발달과정에 끼친 영향들, 즉, 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 두루 살펴봄으로서 80년대의 우리나라 지방신문의 통폐합에서 우리가 기대할 수 있는것, 또 그것이 가져올 수 있는 폐단의 가능성들을 추리하여 건전한 지방신문의 육성을 위한 참고자료로 삼을 수 있을 것이다.

II. 본 론

1. 중앙지의 쇠퇴와 지방지의 발달

불란서의 일간지는 1945년의 해방이후 계속 감소추세에 있다. 1949년에는 155개의 일간지가 있었고 이중 16개가 중앙지였으며, 139개가 지방지였다. 1965년에 이숫자는 15개와 92개로 줄어 총 107개가 되었으며 오늘날에는 중앙지가 10개, 지방지가 75개로 줄었다. 지방지중 독립된 신문들도 많지만 보다 큰 지역단위의 대규모 신문이 발행하는 소지역 판으로서 내용은 대동소이하고 이름만 다른 경우도 많다. 이처럼 중앙지와 지방지 모두 신문의

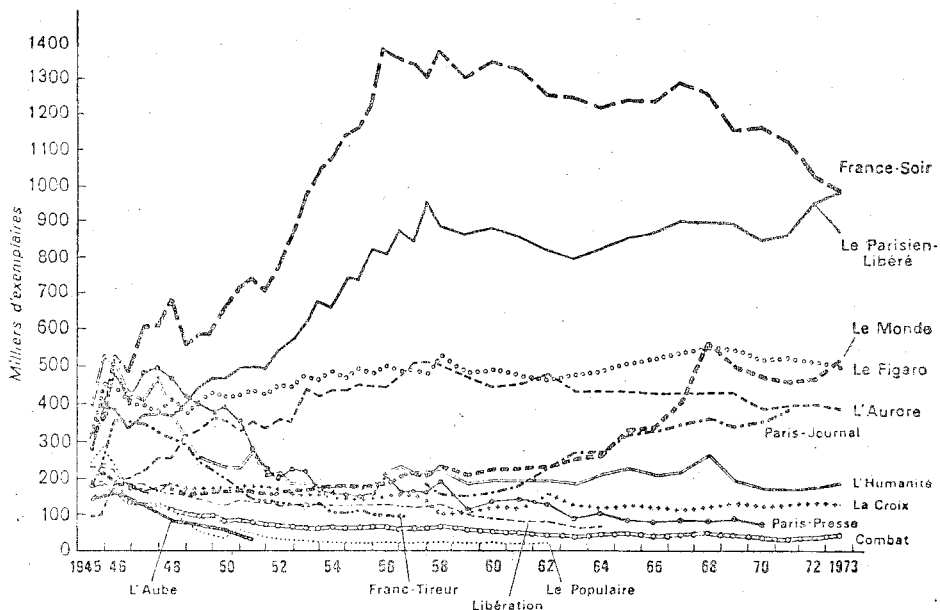
숫적 감소를 겪어 왔으나 그 발행부수의 규모에서 중앙지는 쇠퇴일로로 겪고 있는 반면, 지방지는 현저한 팽창의 추세에 있다. 1939년에 불란서 일간지 전체의 발행부수는 1,100萬으로서 이중 700萬이 중앙지였고 지방지는 400萬에 불과했다. 오늘날 인구의 팽창에도 불구하고 불란서 일간지 전체의 발행규모는 달라지지 않았다. 그러나 중앙지와 지방지의 발행부수의 비율은 40년전과 정반대의 관계를 드러낸다. 중앙지의 총 발행부수는 400萬 정도로 줄어든 대신 지방지가 700萬으로 증가한 것이다.¹⁾

아래의 표 1과 표 2는 각각 1945년 이후 1973년사이 주요 중앙지와 주요 지방지들의 발행부수 변화를 보여주고 있다. 중앙지들은 50년대 중반까지 성장을 계속하다가 50년대 중반 이후 대부분 성장을 멈추고 비슷한 수준에 머물러 있다. 반면에 지방지들의 발행부수는 1945년 이래 꾸준한 성장을 계속하고 있다

더구나 오늘날 중앙지는 파리와 주변 지역의 신문으로 지역화 하여 전국적인 배포의 정도가 점점 줄어들고 있다. 중앙지의 25%가 지방에 배포되어 있고 나머지 75%는 파리와 주변지역에 집중 배포되고 있다.

이같은 중앙지의 쇠퇴현상과 지방지의 성장 원인으로 Mercillon은 세가지 이유를 들고 있다.²⁾ 그 첫째 이유는 불란서의 역사적 경험에 관계되는 것으로서 나치 점령 치하에서 지방지 역할의 증대라고 본다. 점령하에서 불란서 지방독자들은 전쟁으로 인해 커뮤니케이션

표 1. 1945~1974년사이 프랑스 주요 중앙지의 발행부수 변화

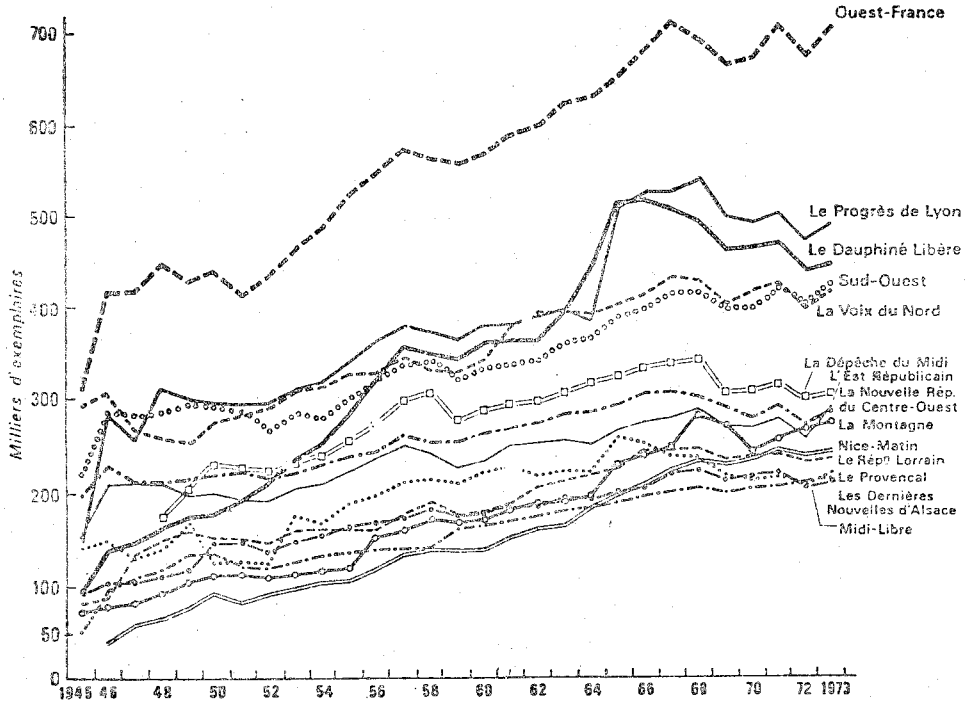


F. Terrou: Histoire Générale de la press Francaise T. 5, PUF, 1976, Paris, p.257.

1) Presse et Statistiques No. 6. 1980. Ministère de L'Information p.8.

2) H. Mercillon: Economie de L'Information, PUF. Paris 1973 pp.78-79.

표 2. 1945~1974년사이 주요 지방지의 발행부수 변화



F. Terrou: Histoire Générale de la press Française T.5, FUF, 1976, Paris.

수단들이 파괴되어 중앙지를 보급받을 수 없게 되어 중앙지의 지방독자들이 점차 중앙지를 읽던 습관에서 벗어나 지방신문을 읽는 습관을 갖게 되었다는 것이다. 이처럼 중앙지를 읽을 수 없었던 상황에서 지방지를 읽는 습관이 생겨났고 이것이 해방후에도 계속되어 지방지의 성장에 작용했다는 것이다.

두번째 이유로 테크놀로지의 발달을 들고 있는데 텔레커뮤니케이션의 급속한 발달로 지방신문은 빠리와 거의 마찬가지로 신속하게 정보에 접할수 있게 되므로서 구태여 중앙신문을 찾지 않게 되었다는 것이다.

세번째 이유로는 60년대부터 활발해지기 시작한 지역주의 운동을 꼽고 있다. 지역주의 운동은 지역경제의 발달을 가져왔고 이것은 지역신문에 광고수입의 증대를 가져와 재정적 기반을 튼튼히 해주었다는 것이다.

2. 지방신문기업의 집중현상

앞서 소개했듯이 1939년이래로 프랑스 전체 신문 발행부수는 같은수준을 유지하고 있으나 일간지의 전체수는 현저히 줄어들었다. 이로서 신문기업의 집중현상이 심화되고 있음을 알수 있다. 지방에서는 거주인구 2,000~10,000 규모의 소지역의 경우 지역당 한가지 신문만이 발행되고 있는 지역들이 늘어가고 있다.

신문기업의 집중은 다른 산업분야에서의 기업집중과 같은 원인에서 생겨나기도 하고 신문계 특유의 원인에서 비롯되기도 한다. 다른 기업에서와 마찬가지로 신문에서도 기업집중은 이윤의 증대를 가져온다. 인건비, 관리비, 생산비등 경비의 절감을 가져오고 독자와 광고주 보급망의 확대 경쟁에서 유리한 위치에 놓이기 되기 때문이다.

신문지가격, 신문배포 경비, 인건비들은 소규모의 신문기업들이 감당하기 벅차게 증가일로를 걸어왔고 테크놀로지의 발달로 시설투자의 규모도 증대되므로서 신문기업의 집중에 더욱 박차를 가했다. 새로운 인쇄기술의 개발로 옵셋트인쇄, 칼라인쇄된 호화로운 정기간행물들이 생겨나면서 독자나 광고주들은 점차 페이지수가 많고 특수인쇄된 신문을 선호하는 경향이 늘어갔다.

신문은 정보기능외에 오락제공의 기능은 점차 다른 타입의 여가수단들의 도전을 받게 되었고 독자들의 흥미를 끌기위해서도 내용의 개선 인쇄질의 개선을 위해 계속 새로운 경비지출을 감당해야만 되었던 것이다.

경비지출은 이처럼 계속 증대되는데 수익규모는 제자리 걸음을 걸거나 줄어드는 현상까지 나타났다. 신문가격이 법적 규제를 받고있어 마음대로 움직일 수 없었던데다 불탄서 텔레비전에서 상표광고를 시작하게 됨으로써 광고수입면에서도 타격을 받게 되었다. 이러한 상황에서 많은수의 신문들이 재정적으로 더이상 버틸 수 없게되어 폐간하거나 보다 재정기반이 튼튼한 신문그룹에 흡수되거나 중·소규모의 신문들끼리 합병 협약등 여러가지 형태로 집결하는등 신문기업의 집중현상이 활발해지게 된 것이다.

폐간에 이른 일간지중 가장 대표적인것이 정당기관지 들이다. M.R.P의 기관지인 L'Aube, 사회당 기관지인 Le Populaire외에 여러개의 공산당 기관지들이 재정적 적자를 계속하다 사라졌다. 일부 소규모 지방일간지들은 지역의 다른 지방신문들과 경쟁하기를 포기하고 주간지로 전환해 버리기도 했다. 보르도의 Courrier Francais 렌느의 Nouvelles de Bretagne가 그 대표적인 예이다.³⁾

3. 지방신문 기업집중의 형태

일부 지방신문들은 적자에 시달리다 못해 보다 큰 지역의 신문속에 흡수되거나 몇개의 소규모 신문들이 합병하여 보다 큰 지역신문으로 탄생하는등 고전적 형태의 기업집중을 이루기도 했으나, 불탄서 지방신문에서 특징적인 것은 협약방식의 기업집중 형태이다.

협약의 종류도 다양한데 그중 하나는 몇개의 신문이 인쇄시설, 그래픽, 텔레컴뮤니케이션시설, 컴퓨터시설, 자료실등 시설과 자료수집에 공동 투자하여 공동으로 사용하는 방식이다. 이로서 신문의 생산경비를 상당히 절약할 수 있게 되었다. 여기서 더 발전하여 소지역의 기사취재를 위한 지사를 공동으로 운영하여 취재비용을 절약하는 경우도 있다. 예

3) R. Cayrol: La Presse écrite et Audio-Visuelle PUF 1973. Paris p.167.

컨데, Le Progrès de Lyon과 Le Dauphiné Lihère 등을 중심으로 한 리옹-그르노블 지역의 여섯개의 일간지와 두개의 주간지들은 서로 소유주가 다르며 각기 독자적인 신문을 발행하고 있으나 협약에 의해 인쇄시설 및 신문제작에 필요한 일체의 기계시설과 자료실을 공동 사용하고 있을 뿐 아니라 지사도 공동으로 운영하고 있다.⁴⁾ 여덟개의 신문들의 총 발행부수는 120萬이며 이 그룹의 지사의 공동운동을 더 조직화하여 AIGLES(Agence d'Information Générales Locales, économiques et Sportives)라는 통신사를 설립했다. 이지역 통신사는 전국 뉴스 뿐 아니라 신문이 보급되는 지역의 지역뉴스를 취재하여 협약을 맺은 여덟개의 신문에 제공하고 있다. 이로써 네개의 인쇄소를 하나로 줄일수 있었으며 130명의 기술부문 고용인을 줄일 수 있었고 소지역 지사의 수도 104개에서 52개로 줄여 신문제작비용을 절감시킬 수 있었다.

그러나 이같은 기술적 협조 형태의 협약은 제작 장소가 멀리 떨어져 있는 신문들 사이에서는 거리관계로 이행되기가 어렵다. 주단위의 지역을 대상으로 하고 있는 신문들은 흔히 서로 다른 지역에서 제작되고 있어 기술적 협조 보다는 보급지역의 분할 광고푸울의 형성 같은 협약을 체결하고 있는 경우가 많다. 일부 신문들은 신문의 보급지역을 확대하기 위한 무자비한 투쟁끝에 일종의 상호 불가침 조약으로 서로 보급지역을 나누어 갖는 협약을 맺기로 했다. Le Provensal과 Nice-Matin, Sud-Ouest와 La Dépêche du Midi 등 남부지역에서 이같은 협약이 활발하다.

가장 흔한 것은 광고업무의 공동운동을 위한 협약이다. 동일지역을 상대로 하는 신문사들끼리 공동의 광고푸울을 형성하여 불필요한 광고경쟁을 막고 광고수입의 증대를 피하기 위해 이룩한 것이다. 광고 협약으로 인해 신문사측에서는 광고 과열을 막을 수 있을 뿐더러 광고주를 보다 용이하게 다룰 수 있고 광고료를 올리기도 쉬워진다는 잇점이 생긴다. 광고주 입장에서는 광고협약 덕분에 한번의 광고계약으로 보다 많은 독자들과 접촉할 수 있다는 잇점이 생긴다. 예컨대 광고 푸울이 형성되어 있는 지역에서 광고주는 단 한번의 계약으로 전지역 독자의 80%를 접촉할수 있는데 반해 푸울이 형성되어 있지 않은 지역에서는 8~9개의 계약을 서로 다른 신문들과 체결하고도 같은 효과를 얻기가 어렵다.⁵⁾

이같은 광고협약은 이론적으로는 취재와 편집에 혹은 인쇄에 관한 협약이 동반되지 않는 한 관련된 신문들의 독립성에는 영향을 주지 않는 것으로 되어있다. 그러나 단지 광고분야에서만 협약이 이루어졌다고 해도 대부분 광고수입이 신문 전체 재원의 50%를 차지하기 때문에 관련된 신문들이 모두 그들 재원의 절반을 공동으로 결정하게 되는 결과를 가져오기 때문에 단순히 평범한 상업적 목적의 접근으로만은 볼 수 없다.

지역신문에서 광고협약의 움직임은 60년대에 활발해졌고 60년대 중반이후 더욱 급속도로

4) F. Balle: Institutions et publics des Moyens d'Information, Ed. Montchrestien. 1973. Paris pp. 306-307.

5) R. Cayrol: op. cit. pp.175-176.

진전되었다. 이 시기에 기업주들이 신문광고 투자가 저조해지는데다 광고주들은 주로 대형 일간지들을 상대로 광고계약을 체결함으로써 소형신문들은 광고의 결핍을 겪게되었고 이러한 상황의 해결책으로 소형신문들 사이의 광고유지를 위한 공동전선이 구축되기 시작한 것이다. 또한 이 시기는 품목별 집단광고에 머물렀던 텔레비전이 상표광고를 시작했던 때이기도 하다. 텔레비전 광고의 도전앞에서 위협을 느낀 신문들은 광고전달 기구로서의 기능을 좀더 효율적으로 전개해야 할 필요를 감지하게 되었던 것이다.

오늘날 광고협약의 형태로 맺어진 신문 그룹은 10여개로서 지방신문 75개중 42개가 이 10여개 그룹중의 하나에 속해 있다. 나머지 33개 신문중 다수가 대지역신문의 소지역판이므로 실제 거의 대부분의 지방신문이 광고협약을 맺고 있는 셈이다. 광고푸을을 형성하고 있는 주요 지방신문 그룹과 소속신문들은 다음과 같다.⁶⁾

서부지역 : Ouest-France(렌느), Le Télégramme de Brest, Press-Océan(낭트), L'Eclair de Nantes 전체발행부수 : 960,000

동남부지역 : Le Progrès(리봉) Le Dauphiné Libéré(그르노블), Le Méridional(마르세이유) 전체발행부수 : 1,050,000

남부로렌과 부르고뉴지역 : L'Est républicain(낭시), Le Bien Public(디종), Les Dépêches du Centre-Est(디종), Les Dépêches du Doubs(브장송) Le Comtois(브장송), L'Ardennais(샤를르빌) La Haute-Marne Libérée(쇼몽) 전체발행부수 : 45,000

알자스로렌지역 : Le Républicain Lorrain(메츠), Les Dernières Nouvelles d'Alsace(Strasbourg), Le Nouvel Alsacien(스트라스부르), La Liberté de l'Est(에피날), Les Dernières Nouvelles du Haut-Rhin(콜마르) 전체발행부수 : 500,000

남서부지역 : Sud-Ouest(보르도), La France(보르도) La Charente Libre(앙굴렘) Eclair-Pyrénées(쁘오) 전체발행부수 : 500,000

중부지방 : Le Nouvelle République du Centre-Ouest(투르) La République du Centre(오를레앙) Le Journal du Centre(느베르) 전체발행부수 : 430,000

남부지역 : Le Dépêche du Midi (똘루즈) Le Midi libre (몽펠리에), 전체발행부수 : 530,000

프로방스와 남부해안지역 : Le Provençal (마르세이유), Le Soir(마르세이유), République (똘롱), Nice-Matin (니스), L'Espoir de Nice et du Sud-Est (니스) 전체발행부수 : 730,000

중서부지역 : La Montagne (클레르몽튀랑) Centre-Matin (몽뤼송) 전체발행부수 : 30,000

북부지역 : Paris-Normandie(루앙) Le Havre Libre (르아브르) Le Havre Press (르아브르) 전체발행부수 : 240,000

6) Presse et Statistiques p. 15.

4. 지방신문 기업집중의 결과

1) 지방신문의 성장 : 기술분야의 상호협조체제, 광고푸울형성 등의 방법으로 지방신문 기업들은 적자운영을 타개하고 투자규모의 확대추세에 따른 도산의 위험을 극복함으로써, 60년이래 괄목할만한 성장을 보였다. 앞서 소개한 것처럼, 해방전 지방신문과 중앙지의 총발행부수 비율이 7:4였는데 반해 오늘날엔 4:7로 완전히 역전되었을 만큼, 지방신문은 성장을 거듭하고 있다. 지방신문중엔 중앙지의 발행부수를 능가하는 신문들이 20여개 이상이나 되며⁷⁾ 특히, 서부지역의 렌즈에서 발행되는 Ouest-France는 70여만부를 발행하여, 중앙지를 포함한 전체 불란서 일간지중 3위의 발행부수를 자랑하는 일간지이다.

2) 콘센서스 추구현상 : 소단위 지역에는 한가지 신문만이 발행되거나, 대단위 지역이라도 보급지역의 분할로, 한가지 신문만이 보급되어 많은 지역에서, 지방언론의 복수주의가 실현되기 어려운 상황에 있게 된다. 비록, 여러가지 신문들이 발행되는 경우에도, 신문들 사이의 기술적 협조, 혹은 광고협약 관계로, 지방신문들이 상호협조 체제에 있게 됨으로써 되도록, 신문들사이의 경쟁을 유발할 위험이 있는 보도태도는 서로 지양하려 노력하는 경향을 보인다. 이들 신문들은 한결같이, 각 신문내에 의견과 사상의 다원주의를 실현하여, 모든 사람들의 표현도구가 될수있도록 노력하고 있다고 주장하고 있으나, 이것은 독점현상을 합리화시키고 그것이 용인될 수 있도록 하기 위한 주장에 불과하다. 실제, 이들 지방신문들은 쟁점을 불러 일으킬 위험이 있는 주제들을 애써 회피하고 있다. 지역신문 독자들이 지역신문에서 얻게 되는 주요 지방정보들은, 지방사교계 소식이나, 탄생, 사망, 결혼등, 지방민들의 개인사에 관한 뉴스들이다. 이 신문들은, 전국기사의 난에서만 정치, 경제, 사회분야에 관한 문제들을 다루고, 지방난에서는 지방민들의 공개해도 좋은 개인생활에 관한 뉴스들을 중점적으로 다루기 때문이다. 바꾸어 말하면, 쟁점이 생길수 있는 주제를 회피하다 보니 지역의 정치, 경제, 사회문제는 별로 다루지 않게 되어 지방신문의 정치, 경제, 사회난은 실제로 지역화가 이루어지지 않고 있다.

3) 지방신문의 무기력현상 : 지방신문들은 판단에 있어 독립성을 유지하고, 판단의 상대성과 주관성을 의식해야 한다는 의미로 사용되어야 할 언론의 객관성을 쟁점의 회피와 중립적 태도와 혼동해서 사용하는 경향을 보인다. 이들 지방신문들은, 충돌이나 자극을 회피하고 의견이 분화될 위험이 보이는 문제는 전혀 다루지 않으므로써, 신문의 무기력화를 조정하고, 그것을 거의 미덕처럼 생각하기에 이르렀다. Francis Ball은, 이같은 지방신문들이 갖고 있는 저널리즘의 개념이 독자들의 공모없이 이루어질 수도 유지될 수도 없었을 것이

7) 중앙지중 최저 발행부수를 갖고있는 신문은 Le Quotidien de Paris로서, 6萬부 정도에 달하였는데, 이 신문은 거의 Paris 지역신문화 하였으므로 제외하면 나머지 중앙지 8개중 최저 발행부수 신문은 La Croix로서 13萬~14萬 정도에 이른다. 지방신문중 20여개 이상이 14萬 이상의 발행부수를 갖고 있다.

라고 주장한다.⁸⁾ 지방독자들은, 그들의 일상사에 관계되는 문제에 대해, 확고한 태도를 취하기를 회피하고 있으며, 지방신문이 모든 경향과 의견을 끌고루 취급해야 하고, 그중의 어느 것도 편파적으로 다루어서는 안된다는 생각을 갖고 있다고 여론조사의 결과를 인용해서 지적하고 있다. 예컨대, Est-Républicain이, 낭시의 지방선거에서 특정후보를 지지하고 나섰을 때, 지방독자들은 신문이 정치적 대결에 개입하는 것은 있을 수 없다는 것이라고 놀라움을 표시했다는 것이다. 지방독자들은, 지방의 대신문이 집합체주의 원칙에서 벗어나, 모든 관점을 끌고루 반영하는 대신, 특정관점을 지지하고 나선다는 것은 프로파간다 행위라고 생각한다는 것이다.

5. 지방신문 독자의 특성

70년대 중반에 불란서의 여론조사 기관인 C.E.S.P⁹⁾와 SOFRES¹⁰⁾가 각기, 지방독자들을 상대로 조사한 내용을 종합하여 지방신문 독자의 특성과, 신문구독의 태도등을 살펴봄으로써, 지방신문의 특성과 문제점을 보다 구체적으로 파악할 수 있을 것이다.

〈성별〉 지방신문 독자의 49.3%가 여자이며, 50.7%가 남자이다.

〈나이〉 지방신문 독자의 나이별 분포는 다음과 같다.

| | | | |
|--------|-------|--------|-------|
| 15~17세 | 6.5% | 35~49 | 25.2% |
| 18~20 | 7.9% | 50~64 | 20.4% |
| 21~24 | 7.1% | 65 세이상 | 18.7% |
| 25~34 | 14.2% | | |

위의 표를보면, 지방신문의 독자중 35세 이상의 장년, 중년, 노년층의 독자가, 전체의 64.3%를 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

〈가장의 직업별 분류〉

| | | | |
|-----------|-------|--------|-------|
| 농업 | 11.9% | 절원 | 8.1% |
| 소기업업주 | 8.4% | 감독·숙련공 | 17.1% |
| 상업·고급간부사원 | 6.4% | 서비스업 | 14.2% |
| 중견간부 | 8.8% | 무직 | 25.1% |

〈독자의 지역적 분포〉

| | |
|-----------------|-------|
| 2,000명 이하의 거주지역 | 30.8% |
| 2,000~10,000 | 10% |
| 10,000~50,000 | 14.8% |
| 50,000~100,000 | 9.3% |

8) F. Balle: op. cit. p.261.

9) Promojour. C.E.S.P No. 24. 1975.

10) S.O.F.R.E.S rapports No. 54. 1974.

100,000 이상

35.1%

불란서 인구의 지역별 분포를 보면, 2,000명 이하의 농촌지역 거주민이 전체인구의 35%, 100,000 이상의 지방대도시 거주민이 전체의 31%를 차지하고 있어서, 농촌지역과 지방대도시의 지방신문 구독률이 다른지역에 비해 약간 높은 것을 알 수 있다.

<기사별 관심도> : 지방신문 독자들이 읽는 기사의 종류를 관심도에 따라 분류하면 다음과 같다.

| 기사의 종류 | 정규적으로 읽는 독자의 비율(%) |
|----------------------|--------------------|
| 소지역 뉴스 | 89 |
| 대단위지역 뉴스 | 81 |
| 지역주민의 개인사(결혼·탄생·사망등) | 68 |
| R. T·V 프로그램 | 59 |
| 공지사항 | 47 |
| 정치·경제·일반기사 | 46 |
| 스포츠 | 41 |
| 취미 | 34 |
| 소설 | 33 |
| 여성난 | 22 |
| 농민난 | 22 |
| 계임 | 17 |
| 정전소식 | 5 |

<지방신문의 구독등기>

61%의 독자들이 라디오나 T·V에서 이미 들은 지방소식을 신문에서 다시 읽고 싶은 욕구를 느끼게 된다고 대답하고 있다. 이중, 46%가 보다 상세한 내용을 알기 위해, 30%가 확인하기 위해, 18%가 보다 잘 이해하기 위해, 16%가 라디오, T·V의 보도내용과 비교하기 위해서, 5%가 기타이유로 대답하고 있다. 그리고 지방신문 독자의 88%가, 텔레비전이 지방신문을 대신하지 못한다고 대답하고 있다. 이같은 상황으로 미루어 볼 때, 지방신문의 장래는 비교적 밝은 것으로 전망할 수 있다.

그러나, 다른 방향으로의 동기조사는 지방신문의 장래가 그리 밝지만은 않은 것임을 시사하고 있다. 다른지방 정기간행물과 지방신문의 구독등기 조사를 비교한 결과를 소개하면 다음과 같다. 지방정기 간행물에 대한 답변을 100으로 해서, 지방신문 구독에 작용하는 각 동기의 강도를 계산한 것이다.

| | 지방신문 | 정기간행물 |
|---------------------------|------|-------|
| 1. 일반적으로 보도되는 내용에 동의하기 때문 | 128 | 100 |

| | | |
|--|-----|-----|
| 2. 내용이 진지해서 신뢰할 수 있어서 | 123 | 100 |
| 3. 판단에 있어 별로 틀리지 않으므로 | 133 | 100 |
| 4. 정보가 비교적 정확해서 | 129 | 100 |
| 5. 내게 친근한 내용을 다루므로 | 151 | 100 |
| 6. 내가 아는 대부분의 사람들이 읽기 때문에 | 231 | 100 |
| 7. 가정에서 항상 읽어왔으므로 | 250 | 100 |
| 8. 습관이 되어 읽지 않으면 허전해서 | 145 | 100 |
| 9. 신문구성내역을 잘알아 원하는 내용을 어디서 찾을지 금방 알 수 있어서 | 164 | 100 |
| 10. 내게 흥미있는 내용을 다양하게 다루므로 | 109 | 100 |
| 11. 읽고나면 세상소식을 훤히 알게되는 느낌이 들어서 | 161 | 100 |
| 12. 다이나믹하고 현대적이어서 | 75 | 100 |
| 13. 잘 만들어져 있어 읽거나 보기에 기분좋아서 | 86 | 100 |
| 14. 읽는 시간이 즐거워서 | 88 | 100 |

위의 표에서 볼때, 지방신문을 구독하게 되는 비교적 강력한 동기는 5, 6, 7, 8, 9의 항목에서 드러나듯이, 개인적 습관 혹은 주변사람들의 습관 등의 “습관”임을 알수 있다. 반면에 지방신문은, 다른 정기 간행물에 비해, 덜 다이나믹하고, 덜 현대적이며, 즐거움을 주는 정도도 약한 것으로 나타난 점으로 보아, 지방지가 새로운 독자들의 흥미를 계속 줄 수 있을 것인가에 대해 의문을 갖게 된다. 실상, 지방신문 당사자들 역시 오늘날의 청소년을 장래의 독자로서 확보할 수 있을 것인지에 대해 많은 의구심을 표명하고 있다. 중·고등학교 시절에는 부모들이 구독하기 때문에 지방신문들을 더러 읽기도 하나, 군복무이후, 특히 결혼이후에는 지방신문을 구독하지 않는 경향이 보이고, 그중 일부만이 35세이후 지방신문을 다시 구독하는 현상을 보여왔는데, 최근 들어서는 이 숫자도 별로 늘어나지 않고 있기 때문이다.

<지방신문에 대한 나이별 애착도>: 또한 지방신문에 대한 독자들의 나이별 애착도 역시 비슷한 의문을 갖게 한다.

| 나 이 | 애 착 도 | | | | | |
|-------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 15~20세 | 21~24 | 25~34 | 35~49 | 50~64 | 65세이상 |
| 몹시 애착을 느낀다 | 5% | 7% | 20% | 28% | 40% | 47% |
| 비교적 애착을 느낀다 | 54% | 56% | 50% | 48% | 45% | 39% |
| 별로 애착을 안느낀다 | 32% | 23% | 18% | 17% | 8% | 7% |
| 전혀 애착을 안느낀다 | 9% | 15% | 12% | 7% | 7% | 4% |

위의 표에서 나타난 바와 같이, 젊은층으로 내려올수록, 지방신문에 대한 애착도는 점점 줄어들어가는 경향을 보인다. 따라서, 오늘의 청소년들이, 장래 지방신문의 구독자로 확보될 수

있을지는 의문이다. 더구나, 지방신문들의 정책에 대한 의구심이 날로 증가 추세에 있어 이점 역시 지방신문의 장래를 밝게 전망할 수 없게 한다. 이같은 상황으로 미루어 볼 때, 재정적, 혹은 기술적 측면에서, 또 라디오 텔레비전과의 경쟁에서 지방신문이 중앙지에 비해 유리한 조건을 갖추고 있다 해도, 지방신문의 장래는 그리 낙관적이지만은 않은 것 같다. 아마도 지방신문들이 기술적투자, 재정문제, 기업의 관리문제에 기울여온 만큼의 노력을 보도내용의 개선과 질적향상에 기울인다면 그 장래는 밝아질수도 있을 것이다.

결 론

불란서 지방신문의 독점현상은, 현대신문들이 겪고 있는 일반적인 재정난을 타개하기 위한 불가피한 현상이었으며, 또한 지방신문의 성장에 커다란 기여를 해왔다는 점에서 긍정적인 면을 찾을 수도 있다. 또한 영국 등 다른나라에서와 같이, 중앙신문을 정점으로 한 신문체인의 일부로 전국규모의 대부분독점 그룹속에 흡수되어 중앙의 컨트롤을 받지 않고, 지역에 뿌리박고 성장해 왔다는 점은 불란서 지방신문이 갖고 있는 다른 또하나의 긍정적인 면이다. 이로써, 중앙에 의해 지방의 여론이 주도되는 현상을 방지할 수 있었을뿐더러, 지방민들 입장에서는 그들 고유의 신문을 갖고 있다는 자부심을 갖게 하였고, 이것이 지방신문에 대한 애착의 도를 더해주어, 지방신문의 성장에 큰 보탬이 된것이라 볼 수 있기 때문이다.

그러나, 재정난을 타개하기 위한 여러형태의 지방신문의 집중현상은, 결과적으로 복수주의 언론의 구현을 불가능하게 했고, 지방의 정치, 경제, 사회발달에 활력소로서 작용할수 있는 기능을 상실케 하였다. 이같은 상황이 계속될 때 지방신문들은 지역사회주민들이 그들의 정체성을 확인하고, 지역사회 발달에 기여하는 언론기구로서의 가치를 잃게 되어, 점차 독자들의 흥미와 관심밖으로 밀려날 위험이 크다. 이러한 조짐은 이미 조금씩 보이기 시작하여 지방신문에 대한 비판의 소리가 점차 커져가고 있다.

우리나라의 지방신문들은 확고한 독점적 위치에 있어, 지역광고나 지역독자를 독점적으로 확보할수 있게되어, 경쟁으로 빚어지는 재정난은 손쉽게 타개된 셈이다. 불란서의 지방신문과 마찬가지로 지방신문이 신문체인에 예속되어 있지는 않으나, 정부의 강력한 행정력 때문에 중앙지에 의한 여론주도의 방지 효과라는 것은 별 의미가 없게된다. 자생적인 것이 아니라 행정력의 발동으로 이루어진 독점기업들인 만큼 행정력에 약할수 밖에 없기 때문이다. 이같은 약점은 지방정부 권력에 대해서도 마찬가지일 수 밖에 없게된다. 따라서 자칫 중앙과 지방 행정부의 홍보기관화할 위험성을 다분히 내포하고 있다. 그러나, 비록 지방신문들의 독점적 위치가 확고하다 해도, 지방독자들이 외면하게 될 때, 신문기업으로서의 기반은 흔들릴 수밖에 없으므로, 독자확보를 위한 노력을 기울이게 될 것이다. 불란서 지방

신문들의 독자 확보 노력은 어느 누구도 거슬리지 않는, 쟁점이 없고, 충돌의 위험이나, 의견의 분화가 일어날 위험이 없는 소재의 선택을 통해 이루어졌고, 따라서 보수성이 강한 지방독자들의 도덕적 기준에 합당한 짙잡은 주변잡사들이 신문내용의 중심을 이루었다. 그 결과, 지방신문들은 정치적으로 무기력한 신문이 되어버렸다.

우리나라 지방신문의 독자 확보 노력은 지방신문의 커다란 약점, 즉 중앙과 행정부의 홍보기관적인 이미지를 약화시킬 수 있는 방향으로 전개될 가능성이 많다. 행정부를 거스리지 않고 독자들이 지방신문의 행정부 홍보기능에 대해 갖게되는 거부감을 상쇄할수 있기 위해서 동원될 위험성이 큰 손쉽고 안이한 방법은 자극적이고 선정적인 소재를 적극적으로 추구하는 것이다. 이것은 이미 우리나라의 중앙지에서 일반화된 현상이다. 우리의 지방지가 같은 길을 걷게될 때, 지방신문들은 정치적으로 무기력해지는 외에 지방의 선정적이고 자극적인 주변잡사를 다루는 주간지적인 일간지가 되어버릴 위험성마저 내포하고 있다.