

20.09.09(수) 15시

부산시민운동지원센터
5층 혁신홀P

2020 문화다양성리터러시 토론회
**코로나 재난시기,
지역언론은 누구를 주목했는가**

-시민에게 소구력 있는 경제 보도 방향 찾기-

발제

김보영 부산민주언론시민연합 정책위원

토론

공웅조 KBS부산 경제문화팀장

김경일 사회복지연대 사무국장

이상민 나라살림연구소 선임연구원

전대식 부산일보 경제부 차장

최승환 민주노총부산본부 재벌특위 위원장

허윤철 부산대 미디어커뮤니케이션학과 박사

부산민주언론시민연합

부산문화재단

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

발제

김보영 부산민주언론시민연합 정책위원

1. 재난시기 지역 경제뉴스의 의미

경제뉴스는 사람들의 일상적 생활과 밀접한 관련성을 갖는다. 아침에 일어나 저녁 잠자리에 들 때 까지 모든 일상이 경제문제와 직결되어 있기 때문이다. 사람들은 미디어가 제공하는 경제정보를 통해 현재의 삶을 영위하고, 미래의 경제상황을 예측하고, 위기에 대비한다. 많은 뉴스매체들은 경제문제를 어떤 사안보다 비중 있게 다루어 왔으며, 이에 대한 뉴스 이용자의 관심도 커져오고 있다.

경제뉴스는 경제정책, 주가, 금융, 세제, 재테크, 경영전략, 제품판매, 부동산, 무역, 기술, 일자리, 물가, 상품, 글로벌 경제정보, 최고경영자(CEO) 동정 등 다양한 주제의 경제문제를 다룬다. 우리가 살고 있는 사회의 중요한 경제의제를 설정하고, 경제문제를 해석하며, 해법을 제시하기도 한다. 특히 코로나19와 같은 재난시기에 우리의 삶과 직결되어 있는 경제의제에 대한 정보와 해석은 그 어느 때보다 중요하다.

이는 부산민언련이 지역의 경제보도에 관심을 갖게 된 이유이기도 하다. 경제와 관련된 정보는 미디어 이용자들이 경제현상을 직접 경험하고 지식을 쌓기보다는 미디어가 제공하는 경제현실을 인식함으로써 경제현상에 대한 이미지를 갖게 된다. 그래서 미디어가 교육이나 성별, 지역 간 격차에 따라 발생하는 사회, 경제적 이슈를 충실히 보도하지 못한다면 자원 분배에 따른 계층 간 갈등을 심화시킬 수 있기 때문이다.

이러한 맥락에서 부산민언련은 부산 지역 주요 언론들의 코로나19 시기 경제보도가 어디를 주목했는지 짚어보았다. 재난시기, 정부가 제안하는 경제정책에 대한 해석뿐 아니라, 소득 계층 및 피해 직군, 산업에 따른 지원 대책과 피해상황을 어떻게 보도하고 있는지 살펴보고, 각 산업과 계층에 언론의 관심이 한쪽으로 치우쳐지지 않는지 모니터링하였다.

재난시기에 지역 경제뉴스를 분석하여, 지역의 경제뉴스 보도품질의 문제점과 개선점은 무엇인지를 짚어보고, 이를 통해 바람직한 지역언론의 경제저널리즘은 어떠한지 하는지를 모색해보고자 한다.

2. 모니터링 대상 및 분석 방법

부산지역 주요 5개 언론사(부산일보, 국제신문, 부산MBC, KBS부산, KNN)의 코로나19 보도 중 경제관련 뉴스를 추출하였다. 신문은 주요면(1면, 종합면, 정치면, 경제면, 사회면, 특별기획 면 등)에 코로나19 관련 경제보도 중 3단 이상의 기사를 대상으로 삼았고, 방송뉴스는 저녁 메인 뉴스 중 코로나19 관련 경제뉴스를 대상으로 하였다.

1) 분석 기간 및 시기구분

코로나19 국내 확진자가 발생한 2020년 1월부터 다소 감염 진정국면으로 접어들었던 6월까지 2020년 상반기를 모니터 기간으로 삼았다. 코로나19 발생현황 및 정부대응에 따른 보도추이를 보기 위해 시기를 아래와 같이 구분하여 분석하였다.

시기명	날짜	구분 기준
1시기	1월 20일~2월 17일	해외유입, 사례별 발생
2시기	2월 18일~3월 21일	신천지발 대규모 발생시기
3시기	3월 22일~4월 19일	고강도 사회적 거리두기 시기, 21대 국회의원 선거 시기
4시기	4월 20일~5월 5일	다소 완화된 사회적 거리두기 시기
5시기	5월 6일~6월 30일	생활 속 거리두기 시기

<표 1> 시기구분 기준 및 특징

각 시기는 코로나19가 국내에 유입되어 첫 확진자가 나온 1월 20일부터 시작하여 대규모 집단 감염, 지역 사회로 확산 등에 따른 정부의 대응과 방역 방침을 구분 기준으로 하였다.

국내 첫 확진자가 나온 1월 20일부터 신천지발 대규모 확산 직전인 2월 17일까지를 1시기로 구분하였다. 이 시기는 1월 20일 중국 국적 첫 확진자가 발생하여 방역당국이 감염병 위기 경보를 ‘주의’ 단계로 상향하였다. 이후 해외 입국한 한국인들의 개별 감염 사례가 발생하는 시기이기도 했다.

2시기는 대구 신천지발 대규모 감염 발생한 시기로 대구 신천지 확진자가 나온 2월 18일부터 청도 대남병원, 대구 경북지역으로 확산되고, 정부에서 고강도 사회적 거리두기 발표 전날인 3월 21일까지로 나누었다. 이 시기에는 코로나19 감염에 대한 우려

로 사회활동이 급속히 둔화되는 시기이다.

3시기는 정부가 ‘고강도 사회적 거리두기’를 강력하게 권고한 시기로 3월 22일부터 다소 ‘완화된 거리두기’가 시작되기 전날인 4월 19일까지로 구분했다. 이 시기는 중앙재난안전대책본부(중대본)가 코로나19 확산을 억제하기 위해 종교시설, 실내 체육시설, 유흥시설은 운영을 중단해달라고 요청하고, 국민들에게도 모임·외식·행사·여행을 최대한 자제하고 생필품 구매나 의료기관 방문, 출퇴근 외에는 외출 자제를 당부한 시기이기도 하다. 또한 21대 국회의원 선거가 4월 15일에 치러지기도 했다.

4시기는 4월 20일부터 5월 5일까지로 다소 ‘완화된 형태의 사회적 거리두기’가 시행된 기간이다. 이 시기는 사회적 거리두기를 이어가되, 종교·유흥·실내체육시설의 경우 ‘가급적 운영자제’로 권고 수준을 낮추고, 국립공원이나 자연휴양림, 수목원 등과 같이 위험도가 낮은 실외 분산시설부터 시설별 방역수칙을 마련해 운영을 재개하였다.

5시기는 코로나19 확산세가 주춤한 시기로, 5월 6일부터 6월 30일까지 ‘생활 속 거리두기’를 시행한 기간이다. 이 시기는 신규 확진 환자 수와 집단 발생 건수, 감염 경로 불명 비율, 방역망 내 관리 비율 등이 많이 안정화된 시기이기도 하다. 이에 중대본은 개개인이 일상생활에서 방역지침과 거리두기를 잘 실천할 것을 권고했다.

이러한 시기적 특징이 지역언론에 어떻게 나타나는지 시기별로 경제기사의 추이를 살펴보았다.

2) ‘코로나 관련 경제뉴스’의 정의

경제관련 뉴스는 경제 또는 경제 현상과 관련된 새로운 정보이다. 좁게는 ‘인간의 생활에 필요한 재화의 생산과 소비·유통의 분야’에서 취재 보도한 기사이며, 넓게는 국가의 경제정책을 포함해 국민의 경제생활에 영향을 미치는 모든 뉴스라고 정의할 수 있다.

이러한 정의에 따라 경제면이나 비즈니스면에 실린 기사뿐만 아니라 사회면에서 다룬 고용문제, 취약계층, 공공의료 등의 기사도 경제관련 뉴스에 포함시켰다. 또한 국내총생산(GDP), 1인당 국민소득(GNI), 통화량, 환율, 실업률, 경기 동향, 경상수지 경제지표와 정부의 경제정책과 관련된 거시경제 뉴스부터 기업의 신상품 개발과 영업 실적, 소비자 활동과 유통시장 동향, 부동산 가격 등 미시경제 뉴스 등도 모두 분석 대상으로 삼았다.

구체적 기사 사례는 아래와 같다.

날짜	매체	기사제목
2/5	국제신문	자가격리자 생활비 지원 직장인은 휴업수당 지급
2/6	국제신문	르노삼성자동차도 11월부터 일시 가동중단
2/21	국제신문	부산 호텔 1만800실 예약 취소...관광업계 '휘청'
2/25	국제신문	코스피 3.9% 폭락 '블랙 먼데이'... 10조 슈퍼추경 추진
3/5	국제신문	코로나 추경' 11조 7000억
3/10	국제신문	부산시 공유재산 내 상가 임대료 석 달간 50% 감면
3/11	부산일보	[힘내라 우리골목] 확진자 방문 소규모 업체에 100만 원
3/13	국제신문	지역아동센터 모두 휴관...더 외로운 저소득층 아이들
3/13	부산일보	코로나 보릿고개' 부울 근로자 5만 명 휴직
3/16	국제신문	부산형 O2O 추진... 시, 전통시장 온라인 거래 활성화 추경
3/17	국제신문	재난기본소득 PK총선 쟁점 부상
3/17	국제신문	한은, 금리 1.25-->0.75%빅컷 코로나가 앞당긴 제로금리 시대
3/17	부산일보	"[코로나 경제백신 급하다] (1)응급지원 격식 깨야 ""벼랑 끝 지역기업, 자금 지원은 시간 싸움""
3/18	부산일보	[코로나 '경제 백신' 급하다_②실핏줄 마르는 관광] "기존 대출 따지면 누가 대출 받겠나"
3/19	부산일보	무담보대출500억추가 확대, 관광업계 숨통
3/20	국제신문	50조 금융대책 발표한 날...코스피 8.4% 폭락
3/20	국제신문	최대 50만 원 긴급재난소득 경남도, 선별지급
3/20	국제신문	"몇 달째 매출 제로...파격.즉각적인 유동성 지원을"
3/23	국제신문	부산 기장군, 150억 원대 긴급재난지원소득 준다
3/24	국제신문	김해공항 국제선 초유의 섀다운 오늘부터 화,수,목,일 운항중단
3/24	부산일보	증시 연일 폭락, 안정자금 27조 원 풀다
3/25	국제신문	부산시, 소상공인, 자영업자에 100만 원씩 준다
3/25	국제신문	문 대통령 "100조 원 풀어 기업 도산 막겠다"
3/25	부산일보	부산 소상공인 18만 5500명에 100만 원씩 지원
4/3	국제신문	부산시 "정부 재난지원금 분담...소상공인 지원금 중복 지급"
4/3	부산일보	아랫돌 빼서 윗돌 괴는 재난지원금 '할당'
4/7	국제신문	부산국제모터쇼, 코로나19로 결국 취소
4/10	부산일보	"부산 6대 영화제 예산 삭감 철회를"
4/20	국제신문	文 "IMF 이후 최악 경제위기... 일자리 지켜내야"
4/21	부산일보	"정책자금 제발 받게 해달라" 부산 스타트업의 눈물

4/21	부산일보	"재난지원금 4인 가구 기준 80만원 검토"
4/29	국제신문	부산 기장군의 '상생' 외국인 결혼이민자도 재난기본소득 10만 원
5/1	부산일보	부산시 '텅 빈 공간' 공유재산 매각으로 채워야
5/4	국제신문	"우리가 남이가" 착한 임대인 부산이 전국 최다
5/6	부산일보	"이제는 포스트 코로나 관광 활성화부터 시동"
5/13	국제신문	부산 초중고생 1인당 10만 원 지원 전면 무상 교육 급식 6개월 앞당겨
5/14	부산일보	부산 5만 9000명 일자리 잃었다
6/4	부산일보	[거꾸로 가는 균형발전] '코로나 앞세워 수도권 챙기기' 도 넘었다
6/9	국제신문	수급자 1만 명 급증 '빈곤재난' 덮친다
6/11	국제신문	코로나로 재정난 빠진 공기업 부산교통공 적자 1000억 늘 듯
6/16	국제신문	"연말 부산 빈곤층 비율 12명 중 1명 수준 될 것"
6/17	부산일보	대학 등록금 반환 '측면 지원' 검토
6/22	부산일보	"쓸 돈도 없고 들어올 돈도 없다" biff 재정 최악
6/26	부산일보	부산관광 '포스트코로나' 못 버틴다

<표 2> 신문 1면 '코로나 관련 경제기사' 예

3) 분석항목 및 조작적 정의

주요 분석방법은 각 뉴스들이 어떠한 내용을 담고 있는지를 분석하는 것으로, 신문은 주요 지면의 개별 기사, 방송은 개별 뉴스 리포팅이 분석단위이다. 구체적 분석항목은 ▲기사주제 ▲취재원 유형 ▲이슈대상 ▲보도태도 ▲기사 전달성 ▲기사 프레임 등 6가지 항목이다.

① 기사주제

기사 주제는 수집된 표본자료를 바탕으로 코더들이 주관식 코딩을 실시하고, 이를 분류하고 네이밍하여 새로운 유목체계를 설정했다. 각 유목과 유목에 대한 조작적 정의는 아래 표와 같다. 기사 주제는 기사의 제목과 리드를 중심으로 파악하고, 기사의 중심 내용을 기준으로 분류했다.

주제	조작적 정의
경제일반	경제성장, 경기, 물가, 수출입 등 거시적 차원의 경제상황을 다루는 내용
정부정책	국가차원의 경제정책(재난지원금, 고용유지지원금 등)

지자체정책		지자체 차원의 경제정책(지자체 재난지원금, 중소기업지원금 등)
개별 산업	자동차	각 산업계의 코로나 피해 상황이나 대책 및 지원, 회복 등과 관련한 기사
	항공	
	해운/항만/조선업	
	관광/여행/호텔/숙박	
	전시/미스/축제(행사)	
	유통업	
	제조업	
	운송업	
	정유업	
	문화/예술/공연/스포츠	
	농업/수산업/축산업	
금융(정책)		금리(예금, 대출), 외환, 금융시장 동향 등을 다룬 기사
증권(주식)		주식 시장의 장세를 분석, 전망하거나 업종별 등락을 전하는 기사
부동산		부동산 시장 동향, 가격 변화를 다루는 기사
소비/트렌드		소비의 트렌드, 변화를 소개하는 기사
의료		병의원, 제약, 방역 등을 다룬 기사
(지역)중소기업		지역의 중소기업, 벤처, 혁신기업 지원정책 등을 다룬 기사
소상공인/(영세)자영업		지역의 소상공인, 자영업, 골목상권의 피해 및 구제, 지원책에 관한 기사
고용노동		일자리창출, 고용정책, 비정규직, 노사문제 등을 다루는 기사
교육		대학생, 초중고 학생/학부모, 유치원생/학부모, 학교 및 유치원 등 교육기관 등과 관련한 기사
복지		저소득층 등 재난약자를 위한 복지 정책을 다룬 기사
기부/선행		기부 및 선행과 관련한 기사
기타		그 외 기사들

<표 3> 기사주제 유목과 조작적 정의

② 이슈대상

코로나19 관련 경제기사에서 주목한 이슈 대상을 모니터링하는 것은 미디어가 중요하게 생각하는 경제주체가 무엇인지를 간접적으로 엿볼 수 있다. 이슈대상은 기사의 주요 취재원과 차별화 되는 항목으로, 기사에서 누가 주로 말하는가와 별개로 '기사 주제의 대상자는 누구인가'라는 것이다. 경제보도의 이슈대상을 살펴봄으로써 지역 언론

이 주목한 경제계층은 누구인지 살펴보았다.

이슈대상		조작적 정의
기업 (산업)	기업	개별 산업, 대기업 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
	자동차	
	항공	
	해운/항만/조선업	
	관광/여행/호텔	
	전시/미술/축제	
	유통업	
	제조업	
	운송업	
	정유업	
교육		대학생, 초중고 학생/학부모, 유치원생/학부모, 학교 및 유치원 등 교육 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
중소기업 및 지역기업		중소기업, 지역기업과 관련된 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
소상공인 및 (영세)자영업자		소상공인, (영세)자영업자와 관련된 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
특수고용		배달노동자, 방과 후 교사, 프리랜서 등 특수고용 형태의 노동자 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
의료		의료 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
농/수산/축산		농업, 수산업, 축산업 등의 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
국민/시민/주민		국민(시민, 주민)과 관련된 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
재난약자		저소득층, 이주민, 어린이, 노인, 노숙인 등 재난에 취약한 계층과 관련된 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
임대/임차		임대료 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
문화/예술/영화/스포츠		문화계와 스포츠계와 관련한 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
소비자		소비자 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
재계		경제단체, 재계 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
금융		금융 정책, 대출 금리 등과 관련한 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
의료		의료진, 의료 기관과 관련한 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
부동산		부동산 시세, 부동산 업계와 관련한 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
증권(주식)		증권가 소식, 주식 동향과 관련한 내용을 이슈대상으로 삼은 기사
기타		그 외 기사

<표 4> 이슈대상 유목과 조작적 정의

③ 취재원

취재원은 기사에 어떤 개인이나 집단의 목소리를 가장 많이 반영했는지를 알 수 있는 항목이다. 특히 정치·경제적 이슈에 대한 보도에서 누구의 입으로 기사를 구성하느냐 하는 문제는 정책 자체에 대한 판단에 영향을 미칠 수 있기 때문에 언론 보도에서 취재원의 분포는 하나의 중요한 기준이 될 수 있다. 코로나 관련 경제기사의 취재원이 누구인가를 파악함으로써 지역 경제이슈의 정보를 주로 누구의 입으로 전하고 있는지 분석했다.

취재원		조작적 정의
대통령/중앙행정부		대통령, 청와대, 정부 부처 등 중앙 행정부를 인용한 경우
지방정부		부산시,구,군, 경남도 등 지방자치단체를 인용한 경우
공공기관(재단)		재난, 복지와 관련한 공공기관이나 재단을 인용한 경우
의료관련기관		의료진, 병원, 보건소 등 의료관련기관을 인용한 경우
노조 및 시민단체		기업 노조, 노동 단체, 시민 단체, 단체 관계자를 인용한 경우
기업 (산업)	기업	취재원 없이 기업을 주어로 인용하거나 실명,익명의 기업과 개별 산업 관계자를 인용한 경우
	자동차	
	항공	
	해운/항만/조선업	
	관광/여행/호텔	
	전시/미스/축제	
	유통업	
	제조업	
	운송업	
정유업		
(지역)중소기업		중소기업, 지역기업을 인용한 경우
소상공인/(영세)자영업자		소상공인, 자영업자, 전통시장 상인 등을 인용한 경우
교육		교육과 관련된 기관이나 인물을 인용한 경우
정치권		정당 조직이나 정치인을 인용한 경우
학계 및 전문가		교수, 연구소, 경제 관련 학회 및 단체 또는 그 관계자를 인용한 경우
금융기관		은행 등 금융기관이나 관계자를 인용한 경우
국민/시민/주민		국민/시민/주민의 의견이나 입장을 인용한 경우
재계 및 경제단체		협회, 전경련, 부산상공회의소 등 단체 관계자를 인용한 경우
농/수산/축산민		농업, 수산업, 축산업 등의 입장을 인용한 경우
문화/예술/영화/스포츠		문화, 스포츠계 단체나 관계자를 인용한 경우

문서/자료	코로나 관련 경제정보의 통계 자료나 서적, 보도자료, 잡지 등을 인용한 경우
부동산	부동산 전문가, 부동산업계 관계자를 인용한 경우
재난약자	저소득층, 이주민, 어린이, 노인, 노숙인 등 재난에 취약한 계층의 입장을 인용한 경우
기타	그 외 기사

<표 5> 취재원 유목 및 조작적 정의

④ 보도태도

보도태도는 긍정, 중립, 부정으로 항목을 설정하여 분석하였다. 기사제목과 본문에 가치 평가적인 단어가 포함되거나 취재원의 평가가 아닌 기사 내용에서 평가(제목, 어미처리, 언급 단어 등)가 드러나는가, 그렇지 않은가를 기준으로 삼았다.

보도태도	코딩 기준
긍정	다행, 활기, 시장안정, 도움, 기대감 등의 단어나 맥락이 있을 때
중립	기사제목과 기사 본문에 가치 평가적인 단어나 맥락이 없을 때
부정	우려, 외면, 미흡, 뒷전, 고통, 야합, 의문 등의 단어나 맥락이 있을 때

<표 6> 보도태도 유목 및 코딩기준

⑤ 기사 전달성

기사의 전달성은 독자가 복잡하고 어려운 경제기사 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 하는 요소들이 있는지로 정의했다. 사진, 삽화·일러스트, 그래픽·표와 같은 시각적 요소가 많다는 것은 그만큼 독자들의 관심을 끌 수 있고, 복잡한 내용을 한 눈에 쉽게 이해할 수 있도록 하기 때문에 독자로 하여금 경제 기사를 쉽게 해독할 수 있게 한다.

기사 전달성	코딩 기준
사진	기사 내에 사진 포함 여부
삽화·일러스트	주요 내용을 설명하는 삽화 및 일러스트 포함 여부
그래픽·표	주요 내용을 설명하는 그래픽 및 표 포함 여부

<표 7> 기사 전달성 코딩 기준

⑥ 프레임 분석

프레임은 기사가 중점적으로 다루는 핵심 주제 및 주제를 전달하는 틀(frame)을 의미한다. 언론이 어떠한 프레임을 활용하여 일련의 사건, 사고를 전달하느냐에 따라 수용자의 인식, 나아가 행위에까지 영향을 미칠 수 있다.

유목을 도출하는 방식은 크게 연역적 접근과 귀납적 접근 방식으로 구분될 수 있다. 연역적 접근은 기존 선행연구에서 활용되고 검증되어 온 프레임 유목을 동일하게 사용하는 것을 의미하고, 귀납적 접근은 연구의 특성에 따라 직접 프레임 유목을 추출하여 분석에 사용하는 방식을 말한다. 이 모니터링의 분석 유목은 기본적인 프레임 분석을 시행한 다양한 선행연구를 참조하되, 연구자들이 기사를 살펴보면서 귀납적으로 유목을 수정하여 재구성하였다. 프레임 유목은 아래와 같다.

프레임	조작적 정의
피해/위기	기업이나 각 산업별, 고용, 계층에 따른 코로나19 피해를 강조한 기사
대책/지원	코로나19 피해에 따른 정부와 지자체 대책 및 지원 관련 기사
기대/회복	코로나19 피해가 회복되거나 회복세를 기대하는 기사
새로운 변화	코로나19로 유통, 소비, 접촉 방식 등 새로운 변화를 강조한 기사
미담	코로나19 피해를 함께 극복하고자 하는 공동체의 노력, 임대료 인하, 기부 등의 기사
정책(사실)전달	정부와 지자체의 경제정책 중 코로나19 극복을 위한 추경, 재난지원금 등과 관련한 기사
논란/갈등	추경, 재난지원금 등 정부 경제정책과 관련한 논란과 갈등이 강조된 기사
약자강조	코로나19의 피해가 더욱 심각한 취약계층의 어려움을 강조한 기사
지역 vs 중앙	균형발전, 지역경제 회생을 강조하거나 수도권 중심의 경제 정책을 비판한 기사
극복전략	코로나19로 피해를 극복, 희생하기 위한 전략 등을 담은 기사
기타	의미, 프레임 미포함 기사

<표 8> 기사프레임 유목과 조작적 정의

각 항목별 구체적인 분석 사례 기사는 아래와 같다.

르노삼성차도 11일부터 일시 가동중단

**“중구별 부동체인 전체 계약형”
홍남기 “기초면 내주 대책 발표”**

스마트폰 사용이 늘면서 오는 11일부터는 전국에서 가동 중단될 수 있다. 홍남기 부총리 겸 기획재정부 장관은 11일 국회에서 열린 국정감사 자리에서 “기초면 내주 대책 발표”를 언급했다. 홍남기 부총리 겸 기획재정부 장관은 11일 국회에서 열린 국정감사 자리에서 “기초면 내주 대책 발표”를 언급했다.

부산시 공유재산 내 상가 임대료 석 달간 50% 감면

소상공인·자영업자 손실 대책
공유·시상 등 3755개 업체 대상
특별자금 1000억 원 지원 신청

부산시가 코로나19 사태로 어려움을 겪는 소상공인과 자영업자의 부담 경감을 위해 ‘코로나 대응 상가 임대료 지원’을 실시한다. 공유·시상 등 3755개 업체 대상 특별자금 1000억 원 지원 신청

2020년 2월 6일, 국제신문
(자동차업계 ‘피해/위기’ 기사)

2020년 3월 10일, 국제신문
(소상공인/자영업자 ‘지원/대책’ 기사)

부산국제모터쇼, 코로나19로 결국 취소

관객 20만 명 예상
코로나19로 결국 취소

부산국제모터쇼는 코로나19로 인해 결국 취소될 예정이다. 관객 20만 명 예상

“우리가 남이가” 착한 임대인 부산이 전국 최다

착한 임대인 문화 확산
부산이 전국 최다

부산시가 착한 임대인 문화 확산을 위해 노력하고 있다. 부산이 전국 최다

2020년 4월 7일, 국제신문
(전시/미스 ‘피해/위기’ 기사)

2020년 5월 4일, 국제신문
(임대/임차 ‘미담’ 기사)

‘코로나 보릿고개’ 부·울·경로자 5만 명 휴직

휴직자 5만 명
부·울·경로자 5만 명 휴직

부·울·경로자 5만 명 휴직

아랫돌 떼서 윗돌 끄는 재난지원금 ‘할당’

재난지원금 할당
아랫돌 떼서 윗돌 끄는 재난지원금 ‘할당’

재난지원금 할당

2020년 3월 13일, 부산일보
(고용/노동 ‘피해/위기’ 기사)

2020년 4월 3일, 부산일보
(지자체정책 ‘논란/갈등’ 기사)

3. 분석항목 및 시기별 결과

1) 언론사, 시기별 결과

언론사	구분		빈도	비율
	국제신문		328	36.7
	부산일보		345	38.6
	부산mbc		46	5.2
	kbs부산		46	5.2
	knn		128	14.3
	전체		893	100.0

<표 9> 언론사별 기사 건수

언론사별 기사 건수는 부산일보가 345건, 38.6%로 1위를 차지했고, 근소한 차이로 국제신문이 328건, 36.7%로 2위로 나타났다. 방송사는 KNN이 128건(14.3%)으로 가장 많았고, 부산MBC, KBS부산이 46건, 5.2%로 같은 건수를 보도했다.

시기	구분		빈도	비율
	1시기	1월 20일~2월 17일	83	9.3
	2시기	2월 18일~3월 21일	252	28.2
	3시기	3월 22일~4월 19일	206	23.1
	4시기	4월 20일~5월 5일	92	10.3
	5시기	5월 6일~6월 30일	260	29.1
	전체		893	100.0

<표 10> 시기별 기사

시기별 기사량은 5시기에 260건(29.1%)으로 가장 많았고, 2시기에 252건(28.2%), 3시기 206건(23.1%)으로 나타났다. 이 결과는 시기별로 날짜가 가장 많이 포함된 5시기에 가장 많은 보도 건수가 있었으므로, 통계적으로 유의미한 결과는 아니다. 전체 적 보도추이를 살펴볼 때 참고할 정도의 결과로 보여진다.

2) 기사주제: 기업 및 개별 산업의 피해와 대책에 집중

구분	빈도		비율		
	빈도	비율	빈도	비율	
경제일반	45	5.0			
정부정책	119	13.3			
지자체정책	75	8.4			
산업 (기업)	자동차	43	235	4.8	26.4
	항공	40		4.5	
	해운/항만/조선	25		2.8	
	관광/여행/호텔	58		6.5	
	전시/미스/축제	13		1.5	
	유통	30		3.4	
	제조	16		1.8	
	운송/정유	10		1.1	
문화/예술/영화/스포츠	42	4.7			
농/수산/축산	23	2.6			
금융(정책)	30	3.4			
증권/주식	29	3.2			
부동산	11	1.2			
소비/트렌드	65	7.3			
중소기업/지역기업	35	3.9			
소상공인/(영세)자영업	31	3.5			
고용노동	64	7.2			
교육	28	3.1			
복지	21	2.4			
기부/선한영향	22	2.5			
기타	18	2.0			
전체	893	100.0			

<표 11> 주제별 기사

주제별 기사 건수는 개별 산업계, 기업의 피해와 지원계획, 대책 등과 관련한 기사가 235건(26.4%)으로 가장 많았다. 다음으로 정부정책과 관련된 기사가 119건(13.3%)로 많았고, 3위는 지자체정책 관련 기사(75건, 8.4%)가 차지했다. 개별 산업 관련 기사 중에서는 ‘관광/여행’업계를 다룬 기사가 58건, ‘자동차’, ‘항공’이 각각 43건, 40건으로 높게 나타났다. 이는 부산이 공항과 항만을 거점으로 관광에 따른 서비스업과 자동차·철강 중심의 산업적 특징이 보도량에도 반영된 것으로 분석된다.

기사 주제	구분	시기					전체
		1시기	2시기	3시기	4시기	5시기	
경제일반	경제일반	4	13	7	3	18	45
	정부정책	1	27	32	19	40	119
	지자체정책	0	8	34	9	24	75

자동차	12		11		6		5		9		43
항공	6		18		6		5		5		40
해운/항만/조선	4		5		3		5		8		25
관광/여행/호텔	17	49	18	71	5	33	8	30	10	52	58
전시/미스/축제	1		4		3		1		4		13
유통	8		5		4		2		11		30
제조	1		6		4		0		5		16
운송/정유	0		4		2		4		0		10
문화/예술/영화/스포츠	1		12		10		4		15		42
농/수산/축산	8		7		4		1		3		23
금융	0		10		13		5		2		30
증권/주식	1		14		8		1		5		29
부동산	0		5		3		0		3		11
소비/트렌드	7		14		15		5		24		65
중소기업/지역기업	5		14		3		1		12		35
소상공인/(영세)자영업	1		15		8		1		6		31
고용노동	4		16		12		8		24		64
교육	0		8		9		0		11		28
복지	2		6		4		0		9		21
기부/선한영향	0		10		9		3		0		22
기타	0		2		2		2		12		18
전체	83		252		206		92		260		893

<표 12> 시기별 기사주제

시기별로 기사주제의 변화를 살펴보면, 거의 전 시기에 걸쳐 개별 산업, 기업을 주제로 한 기사가 가장 많았다. 작은 차이이긴 하지만 3시기에 정부정책, 지자체 정책을 주제로 한 기사가 1위로 나타난다. 3시기는 정부가 ‘고강도 사회적 거리두기’를 강력하게 권고한 시기로, 여러 공공시설 이용에 제한을 두고, 모임을 최대한 자제하고 최소한의 외출을 당부하는 내용의 중대본 발표가 있기도 했다. 또한 4월 15일 21대 국회의원 선거가 있었고, 선거의 핵심 이슈로 재난지원금이 많이 언급되던 시기이기도 했다. 코로나19 피해를 지원, 관리하는 정책과 관련한 경제뉴스들이 많이 생산되는 시기적 특징이 기사주제에도 그대로 나타난 것으로 보인다.

날짜	매체	제목
5/6	국제신문	"포스트코로나중국시장키워드는집콕,건강"
5/6	국제신문	엄지족 쇼핑 급증 속 '홈코노미' 상품 매출도 꺾춤
5/11	부산일보	재난지원금 나오자 편의점 고기 소비 늘었다
5/13	국제신문	불황에 '잔물소비' 확산... 새 제품과 다른없는 '리퍼브 상품' 든다
5/14	부산일보	코로나 뚫은 샤테크 문 열기도 전에 100여 명 줄 서
5/14	국제신문	코로나로 소비 절벽 이 와중에... 한쪽선 샤넬백 구매대란 '딴 세상'
5/18	국제신문	부산시 대신 정부가 이끈 특산물 웹판매
5/18	부산일보	김해 워킹스루 상점서 착한 상품 '득템'
5/18	국제신문	김해 소상공인 돕기 '워킹스루' 상점도 오픈
5/19	국제신문	지원금 풀리자 '편의점 고가품' 불티
5/20	국제신문	식기건조, 세척기 작년보다 36배 많이 팔렸다
5/20	국제신문	코로나 집콕에 이른 더위까지... 서큐레이터, 홈캠핑 용품 '신 바람'
5/21	국제신문	신동빈 "포스트코로나 트렌드 잡아라"
5/22	부산일보	1명 공짜에다 배달까지' 문턱 낮춘 특급호텔 레스토랑
5/23	knn	야외활동 증가, 레저용품 판매 호조_김상진
5/29	knn	저성장시대, '리퍼브' 제품 인기_김상진
6/2	국제신문	쿠팡, 마켓컬리 악재에 대형마트물 반사이익
6/2	부산일보	매장에서 직배송' 대형마트 온라인 쇼핑물 매출 급증
6/3	knn	불황에는 매운맛, 매운 농작물 인기_김상진
6/3	국제신문	로켓'보다 빠르게...온라인물 배송경쟁 가열
6/8	부산mbc	중국 향만 주춤...'비대면 마케팅' 주력_이두원
6/9	부산일보	코로나 피해 야외로...아웃도어 매출 늘었다

<표 13> 5시기 '소비/트렌드' 기사

소비의 트렌드, 변화를 소개하는 기사인 '소비/트렌드'와 일자리, 고용정책, 비정규직 문제 등을 다룬 '고용노동' 기사주제가 5시기에 3위로 상승했다. 5시기는 코로나 19 확산세가 주춤한 시기로 개개인이 일상생활에서 방역지침과 거리두기를 잘 실천할 것을 권고하고 있다. 각 산업의 피해상황도 전달하지만, 코로나로 인한 생활 속 소비와 새로운 유통 전략들을 소개한 기사들이 이전 시기에 비해 많아진 것이다.

날짜	매체	제목
5/11	국제신문	"인터넷 모르면 특수고용지원금 받지 말란 건가"
5/12	국제신문	부산지역 근로자 고용안전망 더 촘촘해진다
5/13	부산mbc	부산 취업자 수 17년 만에 최대 감소
5/13	knn	굳게 닫힌 고용시장, 실업급여 '1조 원'
5/14	부산일보	부산 5만 9000명 일자리 잃었다
5/14	국제신문	부산 4월 취업자 6만 명 줄었다 16년 만에 최악...2030 직격탄
5/14	국제신문	부산 취업자 감소 속도 전국 두번째...제조, 서비스업 타격 원인
5/15	knn	두산중공업 2천 명 명퇴, STX 경영정상화 안갯속
5/15	국제신문	청년.취약층 직접일자리 55만개 +알파 추가 공급
5/18	부산일보	대기업 32.5% "코로나19 반년 이상 지속 땀 인력 감축"
5/18	국제신문	1~4월 실직자 207만 명 '역대최대'...비자발적 실직자도 100만 명 넘어
5/18	국제신문	대기업 33% "코로나 6개월 지속 땀 인력 감축"
5/18	부산일보	코로나 고용 절벽' 실직자 207만 명 '역대급'
5/19	부산일보	여성에게 특히 가혹한 코로나19
5/19	국제신문	부산 가족친화기업 76% "코로나 끝나도 유연근무제 확대"
5/19	부산일보	채용도 비대면' 2020 중견기업 온라인 일자리 박람회 개최
5/20	부산일보	구청 알바라도...공적 일자리에 물리는 청년 취준생들
5/25	부산일보	1인당 국민부담액 사상 첫 1000만 원 돌파
6/2	부산일보	1684억원어치 할인쿠폰, 한국판 뉴딜로 일자리 22만 개
6/11	국제신문	코로나 고용쇼크, 부산 2030에 가장 가혹
6/11	부산일보	지방에 유독 '독한' 코로나...부산 실업률 20년 만에 최고
6/17	부산일보	폐점 위기 놓인 부산 대형마트들...대량 실직 도미노 오나
6/22	부산mbc	유통업계 구조조정...대량 실직 사태 우려_현지호
6/26	kbs부산	코로나19로 벼랑 끝'...생계 위협받는 노동자

<표 14> 5시기 '고용노동' 기사

‘소비/트렌드’ 기사뿐만 아니라, 일자리, 고용정책, 비정규직 문제 등을 다룬 ‘고용노동’ 주제의 기사도 다른 시기에 비해 건수가 많아졌다. 코로나가 안정화되면서 기업의 피해 뿐 아니라 노동자들의 실직과 취업 등 고용과 관련한 지표들이 많이 등장하고, 이에 대한 분석과 전망을 내 놓은 기사들이 많았던 것으로 분석된다.

3) 이슈대상: 경제 기사의 주인공은 부산지역 주력 산업(기업)

이슈대상	구분		빈도		비율	
	이슈대상	대기업 개별 산업	대기업	32	276	3.6
자동차			39	4.4		
항공			43	4.8		
해운/항만/조선			23	2.6		
관광/여행/호텔			48	5.4		
전시/마이스/축제			16	1.8		
유통			44	4.9		
제조			20	2.2		
운송/정유			11	1.3		
교육		30	3.4			
중소기업/지역기업		67	7.5			
소상공인/(영세)자영업자		119	13.3			
특수고용		34	3.8			
농/수산/축산		32	3.6			
국민/시민/주민		137	15.3			
재난약자		38	4.3			
임대/임차		9	1.0			
문화/예술/영화/스포츠		40	4.5			
소비자		18	2.0			
재계		7	0.8			
금융	12	1.3				
부동산	13	1.5				
증권/주식	24	2.7				
없음	14	1.5				
기타	23	2.6				
전체			893	100.0		

<표 15> 이슈대상별 기사

이슈대상별 기사 건수는 기업 또는 개별 산업 관련 내용을 이슈대상으로 삼은 기사가 276건(31%)으로 가장 높게 나타났다. 즉 경제기사 주인공으로 기업(산업)이 가장 빈번하게 등장한다는 것이다. 개별 산업 중에서도 ‘관광/여행/호텔’, ‘유통’, ‘항공’, ‘자동차’와 관련한 피해, 구제책 등에 집중했다. 기업 다음의 이슈대상으로 ‘국민/시민/주민’이 137건(15.3%), ‘소상공인/(영세)자영업자’가 119건(13.3%)으로 2위, 3위를 차지했다.

		시기										전체	
		1시기	2시기	3시기	4시기	5시기							
이슈 대상	기업	2	8	11	0	11						32	
	자동차	12	8	5	6	8						39	
	항공	6	21	4	6	6						43	
	해운/항만/조선	3	5	3	4	8						23	
	관광/여행/호텔	13	47	10	72	6	43	7	35	12	79	48	276
	전시/미스/축제	1	4	5	2	4						16	
	유통	8	6	5	4	21						44	
	제조	2	6	2	1	9						20	
	운송/정유	0	4	2	5	0						11	
	중소기업/지역기업	6	13	8	4	36						67	
	소상공인/(영세)자영업자	8	42	35	8	26						119	
	특수고용	1	9	7	7	10						34	
	농/수산/축산민	9	9	7	0	7						32	
	국민/시민/주민	4	24	49	24	36						137	
	재난약자	2	14	9	2	11						38	
	임대/임차	0	7	1	1	0						9	
	문화/예술/영화/스포츠	0	13	10	4	13						40	
	소비자	2	7	2	3	4						18	
	재계	1	3	1	0	2						7	
	금융	0	7	5	0	0						12	
부동산	1	5	3	0	4						13		
증권/주식	0	13	5	1	5						24		
없음	1	3	4	0	3						11		
기타	0	3	8	1	11						23		
전체		83	251	204	92	260						890	

<표 16> 시기별 이슈대상

시기별로 이슈대상의 변화를 살펴보면, 전 시기에 걸쳐 기업과 산업이 1위를 차지했지만 3시기에는 2위를 차지했다. 3시기 이슈대상 1위는 ‘국민/시민/주민’으로 나타났다는데, 이는 앞서 논의한 것처럼 시기적 특징이 반영된 결과로 보인다. 3시기에 ‘고강도 사회적 거리두기’와 ‘21대 국회의원 선거’가 있었던 시기로, 정부와 지자체발 정보가 많았다. 구체적 이슈로는 ‘재난지원금’ 관련 기사가 부각되었다. <표 16>과 같이 재난지원금 대상자 선정, 지급방법, 실효성, 지자체 부담 등의 기사들이었다.

날짜	매체	제목
3/23	국제신문	부산 기장군, 150억 원대 긴급재난지원소득 준다

3/23	knn	긴급재난소득 현실화, 신중 모드도
3/24	부산mbc	부산시, 코로나19 긴급자금 지원 확대
3/24	부산일보	[부산연구원, 1030명 설문] 자영업 65% "폐업 걱정" 시민 81% "감염 확산 두렵다"
3/25	부산일보	모든 군민에 10만 원씩' 기장군 부산 최초 재난기본소득 지급
3/25	knn	재난기본소득 지급, 관건은 타이밍
3/25	부산일보	"중위소득 초과 가구도 보릿고개" 고성군 최대 50만 원 준다
3/26	knn	'너도나도 재난소득', 제각각 지원 혼란
3/27	부산일보	"5만.10만 원 선심 쓰듯 지급" 형평성도 실효성도 의문
3/30	국제신문	부산시, 아동 1인당 '돌봄쿠폰' 40만 원 준다
3/30	부산mbc	부산 일부 구군...자체 재난지원소득 지급
3/31	국제신문	지자체 중복 지급 허용...부산경남 196만 가구 혜택 받을 듯_ 긴급재난지원금 지급 결정
3/31	국제신문	월소득 712만 원 이하 4인 가구에 100만 원 준다
3/31	부산일보	4인 가구 월 소득 712만 원이면 지급 대상 될 듯
4/1	국제신문	전문가들 "구군 지역화폐방식 재난기본소득 지급 바람직"
4/1	부산일보	울산 아동돌봄쿠폰 김해 서민생계비 지원
4/1	국제신문	재난지원금 당장 지급 가능? 규모 커 불가
4/1	부산일보	긴급재난지원금 소득하위 70% 산정기준, 다음 주 발표
4/3	국제신문	부산시 "정부 재난지원금 분담...소상공인 지원금 중복 지급"
4/3	국제신문	중부세 납부 대상자 긴급재난지원금 못 받을 듯
4/3	부산일보	이목 집중 긴급재난지원금 선정...중부세 대상자 '컷오프'
4/6	부산일보	"부산 민생지원금 100만 원, 나는 왜 못 받나"
4/6	부산일보	긴급재난지원금 건보료 기준 4인 가구 23만 7652원 이하
4/7	국제신문	4인가구 100만원(민주당)vs 200만원(통합당) vs 400만원(정의당)...재난지원금 경쟁
4/8	부산일보	여도야도 전 국민긴급재난지원금 가열되는공약경쟁
4/8	국제신문	일 소득감소 가구에 30만 엔... 미 모든 성인에 122달러+a
4/10	국제신문	연제구도 1인당 5만원 재난기본소득 준다
4/13	부산일보	"재난지원금 우리 구는 왜 안 주나"
4/14	국제신문	동래 영도 사하 금정구도 모든 주민에 재난기본소득 5만 원
4/17	국제신문	재난지원금 지자체 부담 늘라...부산시, 추경안 예의주시
4/17	부산일보	재산세 과표 9억 넘으면 긴급재난지원금 대상 제외

<표 17> 3시기 '국민/시민/주민' 이슈대상 기사

4) 취재원: 25.3%, ‘정부’의 발표와 발언을 가장 많이 인용

취재원별 기사건수는 ‘개별 산업과 대기업’이 198건(22.1%)으로 가장 많았다. 2위, 3위는 ‘지방정부’ 141건(15.8%), ‘대통령/중앙행정부’ 85건(9.5%)으로 나타났는데, 이 수치를 합치면 226건으로 25.3%를 차지한다. 모니터 기간 내에 총선이 있었고, 추경을 거둬들이며 재난지원금을 집행했다. 재난지원금의 대상과 방법, 효과에 대해 정부의 발언과 자료를 자주 인용한 것이다. 이는 코로나 관련 경제뉴스의 주제는 기업과 산업의 피해와 구제책에 집중되어 있지만, 그 해결의 주체로 정부(지방정부 포함)의 역할이 가장 주목받았음을 시사하는 결과로 보여진다.

구분	빈도		비율		
	빈도	비율	빈도	비율	
대통령/중앙행정부	85	9.5			
지방정부	141	15.8			
공공기관(단체)	41	4.6			
노조/시민단체	13	1.5			
산업 (기업)	대기업	23	198	2.6	22.1
	자동차	25		2.8	
	항공	36		4.0	
	해운/항만/조선	14		1.6	
	관광/여행/호텔	25		2.8	
	전시/마이스/축제	15		1.7	
	유통	49		5.5	
	제조	3		0.3	
	운송/정유	8		0.8	
중소기업/지역기업	33	3.7			
소상공인/(영세)자영업	61	6.8			
교육관련	23	2.6			
정치권	28	3.1			
학계/전문가	34	3.8			
금융기관	39	4.4			
국민/시민/주민	27	3.0			
재계/경제단체	44	4.9			
농/수산/축산	17	1.9			
문화/예술/영화/스포츠	34	3.8			
자료/문서	33	3.7			
부동산	6	0.7			
재난약자/복지	16	1.8			
없음	17	1.9			
기타	3	0.3			
전체	893	100.0			

<표 18> 취재원별 기사

한편으로는 정부에 의한 발생 정책이슈만 지역언론이 급급하게 쫓아가기만 한 것은 아닌가 생각하게 하는 결과이기도 하다. 이슈대상에서 2위와 3위를 차지했던 ‘국민/시민/주민’, ‘소상공인/(영세)자영업자’를 인용한 경우는 거의 드물었기 때문이다. ‘국민/시민/주민’의 목소리가 취재원으로 인용된 경우는 27건으로 3%, ‘소상공인/(영세)자영업자’는 61건으로 6.8%에 불과했다. 정책 입안/집행자의 목소리만 있고, 정작 지원의 대상이 되는 국민과 소상공인의 직접적인 목소리는 반영되지 않은 결과라고 평가된다.

		시기										전체	
		1시기		2시기		3시기		4시기		5시기			
취재원	대통령/행정부	7		14		24		13		27		85	
	지자체	10		23		45		19		44		141	
	공공기관(단체)	3		14		11		2		11		41	
	노조/시민단체	0		5		1		5		2		13	
	기업	2	6	6	6	0	9	23					
	자동차	11	3	2	2	7	25						
	항공	4	17	5	5	5	36						
	해운/항만/조선	0	4	2	1	7	14						
	관광/여행/호텔	6	36	6	52	4	30	3	19	6	61	25	198
	전시/마이스/축제	2	4	4	4	1	4	15					
	유통	10	8	5	4	22	49						
	제조	1	1	0	0	1	3						
	운송/정유	0	3	2	3	0	8						
	소상공인/(영세)자영업	7	26	13	4	11	61						
	교육관련	0	6	7	1	9	23						
	정치권	0	10	6	8	4	28						
	학계/전문가	2	13	9	3	7	34						
	금융기관	0	17	11	4	7	39						
	국민/시민/주민	4	2	9	1	11	27						
	재계/경제단체	2	17	7	3	15	44						
	농/수산/축산	6	6	4	0	1	17						
	문화/예술/영화/스포츠	0	10	9	4	11	34						
	자료/문서	1	10	3	1	18	33						
	부동산	0	3	1	0	2	6						
	재난약자/복지	1	4	5	2	4	16						
	기타	1	3	0	0	2	3						
전체	82	248	204	92	253	879							

<표 19> 시기별 취재원

시기별 취재원 변화는 3시기를 제외한 전 시기 기업과 개별 산업계의 입장을 인용한 기사가 1위를 차지했다. 3시기는 정부/지자체 관계자의 말이나 자료를 취재원으로 채택한 기사가 가장 많았다. <표 19>와 같이 주로 ‘긴급재난소득’이나 ‘소상공인 지원금’과 같은 ‘국민/시민/주민’과 ‘소상공인/(영세)자영업자’를 대상으로 하는 정책을 소개하고 해석한 기사에서 주로 정부의 목소리만 기사에 실은 셈이다. 2시기 코로나19 확산세로 인해 경기 침체가 시작되던 시기에는 피해자인 기업뿐 아니라 ‘소상공인/자영업자’를 취재원으로 한 기사가 2위로 나타나기도 했다. 하지만 그 이후 시기에는 지원의 대상이 되는 소상공인, 국민/시민을 주요 취재원으로 한 기사는 많이 등장하지 않았다.

날짜	매체	제목
3/23	knn	긴급재난소득 현실화, 신중 모드도_주우진
3/23	국제신문	소득이나 피해정도냐... 부산시 코로나19 긴급지원 기준 고심
3/24	knn	자영업자 등 18만여 명 100만원 지원_황보람
3/25	부산일보	부산 마이스 살리기' 4억 7000만 원 긴급 추경 편성
3/25	국제신문	거주지 구군에 지원금 신청... '취약 노동자'로 대상 확대
3/26	knn	'너도나도 재난소득', 제각각 지원 혼란
3/27	부산일보	"5만.10만 원 선심 쓰듯 지급" 형평성도 실효성도 의문
3/30	부산mbc	부산 일부 구군...자체 재난지원소득 지급
3/30	부산일보	마이스업계 "인건비 지원 예외적 적용을"
3/31	국제신문	"기본소득, 우리도 주고 싶지만..." 재정 빈약 지자체 속앓이
4/1	국제신문	코로나로 멈춘 노인일자리사업, 일 못해도 급여 선지급
4/3	부산일보	김해 급식 농산물, 창원 수산물 보따리 대세로 자리 잡은 드 라이브스루 판매
4/3	국제신문	부산시 "정부 재난지원금 분담...소상공인 지원금 중복 지급"
4/6	knn	소상공인 지원 시작, 신청은 어떻게?_정기형
4/6	부산일보	"재난지원금 마련 때문에 '영화의 도시' 훼손 안 된다"
4/7	국제신문	김경수 "고소득층 자발적 기부로 코로나 기금 만들자"
4/8	부산일보	부산 저소득층 16만 가구에 최대 140만 원 쿠폰
4/14	국제신문	진주 소상공인 '긴급 생활안정지원금' 신청 쇄도
4/17	부산일보	"밥 먹고 마스크 받고"...골목상권 살리기 공식되나
4/17	국제신문	재난지원금 지자체 부담 늘라...부산시, 추경안 예의주시

<표 20> 3시기 취재원 '지자체' 기사

한편, 취재원의 실명, 익명 여부는 매체 특성에 따라 차이가 있었다. 신문은 단체를 인용할 때는 정확한 이름을 드러내지만, 개인인 경우에는 거의 대부분 ‘~한 관계자’, ‘A씨’ 등으로 표현하고 있었다. 이는 정부나 기업의 보도자료를 그대로 인용하여 기사를 작성하는 관행이 한 원인으로 분석된다. 2월 6일자 부산일보 <중국 대신 부산 오는 크루즈들, 비상 걸린 검역당국> 기사를 살펴보면, ‘공사(BPA)’, ‘BPA관계자’, ‘검역당국’, ‘일부 시민’, ‘관광업계’, ‘부산의 한 관광업계 관계자’ 등으로 취재원을 드러내고 있다.

반면에 개인이 실명으로 인용되는 경우가 있었는데, 그런 경우 대부분은 정치인이거나 시민단체 활동가들이다. 가령, 재난지원금에 대한 경제뉴스에서 취재원이 정부 측과 시민단체일 경우, “청와대 한 관계자에 따르면....한편 경실련의 ○○○사무처장은.....”으로 인용되고 있었다. 5월 26일자 <코로나로 지출 느는데 지방세 수입 '뚝'.... 부산시 곳간 마른다> 국제신문에서는 ‘부산시, 시 관계자, 나라살림연구소, 나라살림연구소 송윤정 선임연구원’으로 정부 인사와 시민단체 관계자의 말을 인용하고 있었다.

하지만 방송 뉴스는 다른 경향을 보이고 있었다. 취재원의 비율도 기업이나 행정부 보다는 영세상인, 자영업자, 일반 시민의 인터뷰 출연 비중이 높은 것으로 나타났다. 해당 경제이슈 당사자의 목소리를 신문보다는 더 많은 담은 셈이다. 또한 방송은 화면에 취재원이 직접 등장해야 하므로 실명 취재원이 신문보도 높은 것이다.

5) 기사 보도태도: 재난 시기 경제적 어려움이 보도태도에도 반영

보도태도		빈도	비율
	긍정	176	19.7
	중립/없음	352	39.4
	부정	365	40.9
	전체	893	100.0

<표 21> 보도태도별 기사

기사의 보도태도는 ‘부정’적 기사가 365건(40.9%), ‘중립’적 기사가 352건(39.4%)으로 근소한 차이로 1, 2위를 차지했다. ‘긍정’적 논조의 기사는 176건(19.7%)로 가장 낮게 나타났다. 이는 경제뉴스의 보도태도가 경제현실을 부정적으로 보도한다는 기존 연구들과 궤를 같이 하는 결과이기도 하다. 재난시기에 쏟아지는 산업계와 국민들의

피해상황이나 정부의 경제정책에 대한 우려와 비판 의견들이 반영된 결과로 해석된다.

6) 기사전달성: ‘시각화 자료’없는 기사 51.7% 차지

기사 전달성	구분	빈도	비율
	사진	243	27.2
	삽화/일러스트	19	2.1
	그래픽/표	169	18.9
	없음	462	51.7
전체		893	100.0

<표 22> 기사 전달성

경제 뉴스의 중요한 과제 중 하나는 생산자가 아닌 소비자 시각에서 경제이슈를 잘 이해할 수 있도록 전달하고, 비주얼화를 강화하는 것이다. 기사 내용을 알기 쉽게 전달하고, 독자의 흥미를 끌기 위한 요소들이 있는지, 없는지를 살펴보았다.

지역언론 경제기사 51.7%가 ‘사진’, ‘삽화/일러스트’, ‘그래픽/표’ 등 시각화 자료를 사용하지 않았다. 기사에 사진이 포함된 경우는 243건(27.2%)에 머물렀고, 복잡한 디자인이 들어가는 삽화·일러스트가 있는 경우는 19건(2.1%), 단순한 그래픽 및 표가 포함된 경우는 169건(18.9%)이었다.

‘사진’이 있는 기사는 주로 산업현장(한산한 관광지, 전통시장, 공항, 부두 등)과 공공기관 전경이 많았고, 인물이 등장하는 경우에는 회의, 간담회, 기자회견 등을 하는 행정부/정당 인물이 빈번히 등장했다. ‘그래픽/표’가 있는 기사는 주로 경제지표를 설명하거나 정부발표 정책을 정리하는 내용이 대부분을 차지하고 있었다.

7) 보도 프레임: 코로나19 피해를 강조한 ‘피해/위기’ 41.3%로 1위

프레임 분석은 언론이 보도한 내용을 바탕으로 보도의 개략적 현황을 파악하고 전반적 문제점을 추출하는데 기여할 수 있다는 점에서 필요한 연구이다. 프레임 분석을 통해 재난시기 지역 언론의 경제보도의 특성을 살펴보았다.

프레임	구분	빈도	비율
	피해/위기	369	41.3
	대책/지원	169	18.9
	기대/회복	43	4.8
	새로운변화	54	6.0
	미담	36	4.0
	정책(정보)전달	91	10.2
	논란/갈등	48	5.4
	약자강조	21	2.4
	지역VS중앙	7	0.8
	극복전략	51	5.7
	기타	4	0.4
	전체	893	100.0

<표 23> 프레임별 기사

프레임별 기사 분석 결과는 ‘피해/위기’ 프레임이 369건으로 41.3%를 차지해 1위로 나타났다. ‘대책/지원’ 프레임이 2위(169건, 18.9%), ‘정보전달’ 프레임이 3위(91건, 10.2%)를 차지했다. 이는 재난시기에 자동차, 항공, 항공 관련 기업과 중소기업인, 골목상권의 매출 하락뿐만 아니라 고용형태에 따른 소득 격차, 학생들의 온라인 등교로 인한 피해, 사회안전망 사각지대에 있는 사회적 약자의 어려움 등이 기사에 반영된 것으로 분석된다. 또한 피해에 따른 구제책이나 지원 방안, 지원에 대한 정부 정책의 발표 내용 전달 등의 기사가 많았던 것에 따른 결과로 보여진다.

		시기					전체
		1시기	2시기	3시기	4시기	5시기	
프레임	피해/위기	63	142	69	28	67	369
	대책/지원	11	43	58	20	37	169
	기대/회복	0	0	3	4	36	43
	새로운변화	8	13	11	6	16	54
	미담	0	20	11	4	1	36
	정보전달	0	15	31	18	27	91
	논란/갈등	0	6	13	4	25	48
	약자강조	1	7	3	2	8	21
	지역VS중앙	0	0	0	0	7	7
	극복전략	0	6	6	6	33	51
	기타	0	0	1	0	3	4
전체		83	252	206	92	260	893

<표 24> 시기별 프레임

시기별 프레임을 살펴보면, 모든 시기 ‘피해/위기’ 프레임이 1위로 나타났다. 2위인

‘대책/지원’ 프레임 역시 전시기 같은 순위를 유지하고 있었다. 하지만 시기가 지날수록 새롭게 등장하여 높은 순위로 진입한 프레임들도 있었는데, ‘기대/회복’, ‘극복전략’ 프레임이 대표적인 예라고 할 수 있다. ‘미담’ 프레임은 오히려 코로나19가 폭발적으로 증가한 2시기에 가장 많은 건수로 나타났고, ‘약자강조’ 프레임은 전시기에 걸쳐 드물게 등장했다.

		프레임											전체
		피해 위기	대책 지원	기대 회복	새로운 변화	미 담	정보 전달	논란 갈등	약자 강조	지역 VS 증양	극복 전략	기타	
기 사 주 제	경제일반	37	4	1	2	0	1	0	0	0	0	0	45
	정부정책	4	29	5	0	1	50	25	3	1	1	0	119
	지자체정책	1	24	1	0	1	31	12	0	1	4	0	75
	자동차	35	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	43
	항공	25	11	3	0	0	0	0	0	0	1	0	40
	해운/항만/ 조선	13	6	4	0	1	0	0	0	0	1	0	25
	관광/여행/ 호텔	40	6	4	0	1	0	1	0	0	6	0	58
	전시/미이스 /축제	7	1	3	1	0	0	0	0	1	0	0	13
	유통	10	5	2	4	1	0	0	0	0	8	0	30
	제조	15	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	16
	운송	4	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	6
	정유	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	문화/예술/ 영화/스포츠	29	5	1	1	0	0	1	0	0	5	0	42
	농/수산/ 축산	18	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	23
	금융	3	19	0	0	2	1	4	0	0	1	0	30
	증권/주식	20	3	6	0	0	0	0	0	0	0	0	29
	부동산	7	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	11
	소비/트렌드	6	4	3	44	0	0	0	0	0	8	0	65
	중소기업/지 역기업	9	7	1	0	5	1	1	1	4	6	0	35
	소상공인/ (영세)자영업	17	5	3	0	5	0	0	0	0	1	0	31
	고용노동	37	13	0	2	0	0	2	6	0	4	0	64
	교육	10	12	0	0	0	6	0	0	0	0	0	28
	복지	8	0	0	0	0	1	1	11	0	0	0	21
기부 /선한영향	0	2	0	0	18	0	0	0	0	2	0	22	
기타	10	3	0	0	0	0	0	0	0	1	4	18	
전체	369	169	43	54	36	91	48	21	7	51	4	893	

<표 25> 기사주제별 프레임

기사주제별 프레임 결과를 살펴보면, ‘경제일반’, ‘개별 산업(자동차, 관광/여행, 항공, 유통/제조)’, ‘문화/예술/영화’, ‘고용노동’ 등은 피해/위기 프레임이 1위를 차지했다. 반면 ‘정부정책’, ‘지자체정책’은 ‘정보전달’ 프레임이 가장 높게 나타나 재난시기 (지방)정부의 주요 정책을 국민/시민에게 전달하는 것에 지역언론이 집중하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 ‘금융(정책)’과 ‘교육’은 ‘대책/지원’ 프레임이 1위를 차지했는데, 국민들의 경제생활과 밀접하게 관련된 ‘금융’과 우리사회의 근간이 되는 ‘교육’은 피해와 위기를 강조하기 보다는 재난의 위기에 빠르게 대처하는 대책과 지원에 집중하는 모양새를 보였다.

소비의 트렌드, 변화를 소개하는 기사인 ‘소비/트렌드’는 주로 코로나19로 유통, 소비, 접촉 방식 등 새로운 변화를 강조한 프레임인 ‘새로운 변화’에, ‘기부 및 선행과 관련한 기사’는 코로나19 피해를 함께 극복하고자 하는 공동체의 노력이나 임대료 인하 등 사회적 미담을 강조한 ‘미담’ 프레임이 1위를 차지했다.

4. 재난시기 지역 경제뉴스의 특징

1) 지역산업의 위기와 지원 강조

기업의 고용책임과 지역사회에 대한 기여는 묻지 않아...

모니터링 기간 전 시기에 걸쳐 기업과 개별 산업이 기사주제, 이슈대상, 프레임 등에서 주요한 요인으로 등장했다. 그만큼 지역 언론이 2020년 상반기에 기업에 많이 주목했다는 의미이다.

<표 26>는 재난시기 '피해/위기'를 강조한 프레임 기사의 예이다. 기업/개별산업과 고용, 계층에 따른 코로나19 피해를 강조한 기사인데, 주로 '피해/위기'를 강조한 대상이 '기업과 개별 산업'이 대다수라는 것을 확인할 수 있다.

날짜	매체	제목
2/10	국제신문	"지역 제조업 이어 서비스업도...신종 코로나 쇼크 조선 기자재 철강 등 직격탄"
2/10	부산mbc	부산 제조업 전반 '경제 충격' 확산
2/14	부산mbc	직격탄 맞은 화훼 농가..."꽃 선물하세요"
2/4	부산일보	일부 차종 생산 멈추고 중국 내 공장도 '스톱'
2/9	국제신문	중국발 부품대란... 현대·기아차 오늘 모든 공장 '울스톱'
3/15	knn	코로나19, 김해공항' 국제선 섯다운'
3/17	부산일보	응급지원 격식 깨야 "벼랑 끝 지역기업, 자금 지원은 시간 싸움"
3/18	부산mbc	지역경제 체감경기 "IMF만큼 무섭다!"
3/23	부산일보	"재난기본소득보다 피해 업체에 신속한 현금 지원을"
3/4	부산mbc	감염 우려에 손님 발길 '뚝'..생계 막막
4/13	국제신문	약속한 정부 지원 감감... 위기의 조선·항공 골든타임 놓칠라
4/14	kbs부산	의류 재고 쌓여..."무더기 도산 위기"
4/21	knn	코로나 경제 쓰나미, 지역경제 '휘청'
4/22	부산일보	코로나19 직격탄자동차업계 유동성 지원해 달라
4/8	kbs부산	코로나19 장기화 '뿌리산업' 흔들
5/1	부산일보	"경영난 극복이 우선" 쪼그라든 지역고용시장
5/24	knn	동남권 주력산업, 수출 '반토막'
5/4	국제신문	3월 부산 방문 외국인 관광객 95% 감소
6/11	국제신문	코로나 고용쇼크, 부산 2030에 가장 가혹

6/15	부산일보	일감 줄어 엔진 식은 자동차 공장...생산량, 2009년 이후 최저
6/2	부산일보	반도체 선전에도 한국 수출 '뒤틀림'
6/22	부산mbc	유통업계 구조조정...대량 실직 사태 우려
6/24	국제신문	생산액 '뚝'...활력 잃은 동남권 주요 국가산단

<표 26> '피해/위기' 프레임 기사

'피해/위기' 프레임 기사들은 기업에 금융·세제 혜택, 직접 지원, 규제 완화 등을 요구하는 내용을 기업과 개별 산업계의 인용을 통해 전하고 있었다. <“지역 제조업 이어 서비스업도 …신종 코로나 쇼크, 조선 기자재 철강 등 직격탄”>, <“재난기본소득보다 피해 업체에 신속한 현금 지원을”>, <약속한 정부 지원 감감… 위기의 조선·항공 골든타임 놓칠라>처럼 위기를 부각하면서 기업을 살리는 것이 급선무임을 강조했다. 이러한 분위기에 맞춰 기업 측의 입장을 직접 드러내는 기사들 <경영난 극복이 우선, 쪼그라든 지역 고용시장>(5월 1일, 부산일보), <대기업 33% "코로나 6개월 지속 댄 인력 감축">(5월 18일, 국제신문), <코로나19 고용시장 충격 본격화 기업 절반 "하반기 채용 줄이겠다">(6월 9일, 부산일보)가 등장하기도 했다.

기업은 지역 내 고용을 담당하므로 산업의 위기가 곧 시민 개개인의 위기와 직결될 수도 있다. 하지만 지역 언론이 기업위기를 강조하며 '기업'의 입장을 인용하여 고용 위기로 인한 구조조정을 정당화시키는 프레임을 생산하는 것에는 신중해야 한다. '기업 지원'을 강조하는 것과 함께 기업의 윤리 경영과 고용 책임, 지역사회에 어떠한 기여를 해왔는지도 함께 짚어봐야 하는 것이 지역 언론의 역할일 것이다.

한편, 2020년 6월 11일 발행된 <코로나19와 인권, 인간의 존엄과 평등을 위한 사회적 가이드라인>은 코로나 재난 시기에 언론이 '창궐', '쇼크', '패닉' 등의 용어를 사용하는 것과 관련해 '과도한 공포감을 조성했다'는 평가를 내렸다. 위 기사들의 제목에서도 알 수 있듯이 부산 지역 언론도 코로나 19로 인한 피해를 강조한 기사에서 우리 경제의 위험성을 극단적으로 표현하는 단어들을 사용하고 있음을 알 수 있다. '올스톱', '셧다운', 'IMF만큼 무섭다', '발길 뚝', '무더기 도산', '고용쇼크', '반토막' 등 지역 경제피해와 불황을 강조하는 단어들이 배치되어, 지역민으로 하여금 위기를 심각하게 느끼게끔 하고 있었다. 재난시기에는 좀 더 차분히 현상을 지켜보고 냉정하게 판단할 수 있도록 해야 하는 것이 언론의 임무이지만, '피해/위기' 프레임 기사에서 그러한 지역언론의 역할은 찾아볼 수 없었다.

2) ‘약자강조’ 기사로 사회안전망 확대 필요성 강조

그러나 당사자 목소리는 담지 않아

상반기 우리 사회는 보편적 복지의 필요성과 노동권익을 보장받기 힘든 사각지대의 경제적 약자를 보호해야 한다는 논의를 심화시켜 왔다. 이러한 사회적 분위기가 지역 언론에도 반영이 되었는데, 코로나19의 피해가 심각한 취약계층의 어려움을 강조한 ‘약자강조’ 프레임의 기사 예는 아래와 같다.

날짜	언론사	제목
2/11	부산MBC	신종 코로나에 문 닫는 무료급식소
2/26	국제신문	무료급식 막히고 무료진료 못 받고... 취약계층이 더 힘겹다
2/27	국제신문	"오늘도 공켰다"...일감 끊긴 일용직 직업소개소 살길 막막
2/27	부산일보	폭증하는 배달 주문, 택배기사들이 위험하다
3/03	KBS부산	감염 우려에 힘겨운 취약계층
3/04	KBS부산	휴교 장기화...방과 후 교사 "생계 막막"
3/07	KNN	무료급식 중단에 노숙인들 끼니 걱정
3/11	국제신문	코로나에 멈춘 부산 노인일자리아업... 5만 명 생활고 우려
3/12	국제신문	일시휴직' 30% 급증... 코로나발 고용시장 잔인한 봄
3/17	국제신문	코로나 여파 무더기 해고에 수당도 못 받아...알바생의 눈물
3/19	부산일보	시간강사들 장비지원도 없이 온라인 강의하라니...
3/23	국제신문	대학 온라인 개강 일주일... 시간강사·장애인 학생은 읍니다
3/24	KNN	갈 곳 없는 아이들, 문 못 닫는 아동센터
4/03	KBS부산	택배, 배달 폭증...노동자 처우 '열악'
4/28	국제신문	"이주민도 노숙인도 차별마라" 보편적 재난지원금 촉구
4/28	부산일보	"재난은 국적 가리지 않는다, 이주민에게도 지원금 지급하라"
5/19	부산일보	여성에게 특히 가혹한 코로나19
5/25	부산일보	가난한 이에게 유독 가혹한 코로나19
6/09	국제신문	동구 592명 서구 478명, 넉달 만에 기초생활수급자 전락
6/09	국제신문	수급자 1만 명 급증 '빈곤재난' 덮친다
6/15	국제신문	사립대병원 확진자 7%만 수용..."사회적 책무 다했나"
6/16	부산MBC	코로나19 빈곤층' 는다... 우울한 부산
6/26	KBS부산	정부 지원도 '사각'...소외받는 '돌봄노동자'

<표 27> ‘약자강조’ 프레임 기사

2시기, 3시기 이슈대상에서 코로나19로 인한 직접적 피해를 보고 있는 ‘자영업자/

(영세)소상공인'을 언급한 기사들이 2위, 3위를 차지했었다. 특히 3시기에는 '국민/시민/주민'이 이슈대상에서 1위를 차지하기도 했다. 이는 2시기부터 기업중심의 경제보도가 소상공인, 영세상인, 시민으로 서서히 옮겨가고 있음을 보여준다. 그리고 '재난약자'강조 기사는 적은 건수지만 2시기 이후 꾸준히 언급되는 이슈대상자였다. 특수고용형태 노동자, 무료급식 이용자, 돌봄이 필요한 노인과 아동들, 이주민 등 사회안전망 사각지대에 있는 이들에게도 지역 언론이 주목했다.

'약자강조' 프레임 기사들은 내용적으로 재난 약자들의 코로나 피해 상황도 자세하게 전했다. 더 중요하게 재난시기 정부의 정책과 예산의 배분이 누구를 향해야 하는지, 누구를 위해 쓰여져야 하는지 살펴보게 했다는 점에서 더 큰 의미가 있다.

택배기사들이 코로나 이후 물량이 40% 증가, 배달노동자 일주일에 80시간 이상 근무 등 특수고용노동자의 권리(휴식 등) 못 누리고 있다.(KBS부산, 4월 3일)

학교 어린이집 문 닫지만 아동센터는 아이들 결식될까 문 못 닫아, 아이들 집 찾아가 배달하기도...맛벌이 한부모가정은 긴급 돌봄으로 취약계층 돌봄 공백 채우고 있으나 역부족...(KNN, 3월 24일)

토사물이 있는 화장실, 엘리베이터와 같은 밀폐 공간, 독한 약품 냄새가 나는 현장에서 일하고 특수고용직 노동자들, 마스크도 정규직과 차별적으로 지급받고...(KBS부산, 3월 18일)

'약자강조' 프레임 기사는 우리 사회의 취약계층이 코로나 시기 더욱 더 차별과 어려움을 겪고 있다는 내용을 전하고 있어, 뉴스 이용자들은 재난시기에 더욱 재난약자에 대한 사회적 관심과 배려, 사회안전망 확대의 필요성을 더욱 절실하게 느끼게 된다.

하지만, 이러한 기사에서 '재난약자'의 목소리를 인용한 경우는 적었다. 앞서 취재원 결과에서 언급한 것처럼 재난약자가 이슈의 대상이 되더라도 재난약자가 주요 취재원으로는 등장하지 않는다는 것이다. '약자강조' 프레임의 기사들의 취재원 대부분은 경제 정책을 입안하거나 집행, 실행하는 중앙정부와 지자체가 주요 취재원이었다. 그나마 <표 26>에 제시한 기사들은 재난약자 당사자 또는 관련 기관 관계자의 목소리를 인용한 기사들이다.

이러한 요인들로 '재난약자'의 위치는 사회의 제반 사항들을 능동적으로 주도하고 이끌어 가는 '주체'의 입장에 놓이기 보다는 그러한 사항들의 대상이 되는 '객체'의 입장에 놓이게 되는 것이다. 사회구성원으로서 동등한 권리와 권한이 있는 사회구성

원과 구별되는 ‘타자’의 위치로 전락하게 된다.

사회 내에서 ‘타자’나 ‘타인’의 위치로 전락한다는 것은 사회를 능동적으로 이끌어 가는 주체의 위치에서 어느덧 이들 주체들의 보호를 받거나, 경계나 경원의 대상이 되거나, 격리되는 대상자가 되어가고 있음을 의미한다. 이는 ‘재난약자’와 관련된 의제를 제안하고 발의하는 위치가 아니라, 그러한 의제의 대상이 되는 위치가 되는 것을 의미하기도 한다. 즉 사회 권력과정에서 권력화를 주도하는 위치가 아니라 권력화의 대상이 되는 위치를 점하게 된다는 것이다.

이러한 맥락에서 지역언론은 재난약자를 보호하고 지원하는 ‘도움의 대상’으로만 위치짓기 보다 이들의 목소리를 직접적으로 담으려는 노력이 필요해 보인다.

3) 발생 이슈 전달에만 그쳐..

정보의 ‘전달’만 있고, ‘해석과 분석’은 부족

코로나와 같은 장기적 재난시기에는 긴급 경제 이슈가 많이 발생한다. 대규모 예산이 투입되는 재난지원금부터 고용형태에 따른 피해 구제책, 재난 약자를 위한 지원책, 소비심리 위축으로 매출 감소한 소상공인 대책, 경기침체에 따른 물가 불안정성 등 국민 경제 생활에 영향을 미치는 경제 이슈들이 그 어느 때보다 넘쳐난다. 이런 시기에 언론은 해당 정책들에 대한 소개부터 실효성, 더 나아가서는 실제 경제에 미치는 효과까지 미디어 이용자들에게 유의미한 경제정보를 줄 수 있어야 한다.

이런 의미에서 보자면, 코로나 시기 지역 언론은 코로나 관련 경제보도가 거의 대부분 기업/산업의 피해와 정부나 지자체가 제안하는 정책의 ‘사실 관계’만 전달하기에 바빴다. 아래 <표 28>은 ‘정책전달’ 프레임 기사의 예이다.

날짜	언론사	제목
2/24	부산일보	"사스 때보다 심각" 與, 정부에 "추경 긴급 편성하라"
3/2	부산일보	5조8000억규모종합대책이어추경편성...소비 불붙을까
3/5	국제신문	미 기준금리 0.5%p 인하... 이주열 "통화정책에 반영"
3/13	부산mbc	코로나19 추경 knn,920억...16일 의회 상정
3/19	knn	경남 긴급재난소득 최대 50만 원 준다'
3/20	국제신문	"취약층만" "모두에게"...재난기본소득 지급범위 새 쟁점으로
3/23	knn	긴급재난소득 현실화, 신중 모드도
3/30	부산mbc	부산 일부 구군...자체 재난지원소득 지급
3/31	knn	돈 푼다는데, 지역화폐는 한계

4/1	부산일보	긴급재난지원금 소득하위 70% 산정기준, 다음 주 발표
4/6	국제신문	3월 건보료 기준… 가족과 따로 사는 1인 청년·노인은 별도
4/17	부산일보	재산세 과표 9억 넘으면 긴급재난지원금 대상 제외
4/21	knn	재난지원금에 SOC까지, 지자체 요구 봇물
4/29	국제신문	문 대통령 "이제부터 본격 경제위기... 3차 추경 실기 말아야"
5/1	knn	김경수 지사, '긴급재난지원금 중복 지급'
5/4	부산mbc	부산시도 '긴급 추경' 1조 원 편성
5/7	knn	긴급재난지원금, 언제 어떻게 받나
5/11	부산일보	신용·체크카드 온라인 신청 시작… 유흥업소선 못 쓴다
5/13	knn	정부 재난지원금 쓸 때 주의할 점?_정기형
5/19	국제신문	[재난지원금 현장 신청 첫날] 사용 편한 지역상품권 인기... 행정센터 '복적' 은행 '한산'
5/26	부산일보	지자체들 "재난지원금, 지역에 직접 기부하는 게 낫지요
6/1	knn	학생재난지원금, 언제 어떻게 주나?_정기형
6/4	부산일보	35조 3000억 원' 48년 만의 3차 추경안 확정
6/10	국제신문	부산교육청, 코로나 2차 추경 1734억 편성
6/22	부산일보	"3차 추경 6월 국회 통과" 국면 전환 나선 문대통령
6/29	부산mbc	초중고생에 10만 원씩 지급
6/30	부산일보	부산시 3차 추경안 6543억 "코로나 대응, 경제 활성화"

<표 28> '정책전달' 프레임 기사

정부와 지자체 발생 이슈의 사실관계를 전하는 스트레이트 기사가 대부분 이었고, 자체적으로 발굴, 기획해 보도하는 기획취재는 매우 부족한 편이었다. 물론 재난시기에는 정부의 주요 정책 내용을 국민에게 홍보하고 알리는 역할을 하는 것이 언론의 역할 중에 하나이기도 하다. 하지만 단순히 정부 부처의 보도자료를 인용하는 수준의 기사만으로는 지역민에게 유용한 경제정보를 줄 수 없다. 그 정책이 가져올 단기적·장기적 파급성, 지역 경제와 산업에 미칠 영향, 해당 정책의 대상이 되는 계층의 입장 등도 함께 전해야 된다는 것이다.

이는 단순히 스트레이트 기사를 줄이고 해설 기사를 늘리는 형식 차원의 문제가 아니다. 여기서 중요한 것은 '기사의 형식'이 아니라 뉴스가 다루기로 선택한 '주제의 문제'라고 보여진다. 기업과 산업의 피해정도와 그로 인한 기업의 동향, 정부의 대책 등을 주로 전하다 보니 '분석의 전달'이 아닌 '사실의 전달'만 있을 수밖에 없는 것이다.

경제보도는 경제현상을 얼마나 종합적으로 설명하는지, 또 미래 경제상황을 얼마나 잘 예측하는지를 포괄적으로 관찰하는데 목적을 두고 있다. 좋은 경제보도의 조건은 경제현실을 반영하여 해석하고, 예측함으로써 경제 공동체의 의사결정에 도움을 주는 가 하는 것이다. 경제현상은 그 속성상 연속적이고, 상호 인과관계적이며, 동태적이

다. 따라서 경제현상을 겉으로 드러나는 피상적 사실만으로는 정확한 의미와 맥락을 파악하기 어렵다. 그러한 현상이 나타나게 된 원인과 배경을 제시하고, 그것이 가져올 파급성을 함께 제시하는 맥락적이고 심층적인 보도가 필요하다.

4) ‘논란/갈등’기사, 정작 ‘이슈 주인공’ 목소리는 담지 않아

추경, 재난지원금 등 정부 경제정책과 관련한 논란과 갈등이 강조된 기사의 예는 <표 29>과 같다. 주로 추경의 정당성, 재난지원금 대상선정, 실효성, 지급 방법 등에 대한 정치권의 갈등과 소상공인과 국민/시민들의 절차의 어려움 등을 담은 기사였다.

날짜	언론사	제목
3/16	국제신문	시, 코로나 긴급 추경... 부산표 예산 3.5% '쥐꼬리'
3/16	국제신문	재난기본소득 논의 국회로... "경기 부양" "재정 악화" 팽팽
3/17	국제신문	여 "자영업 등돌릴라" 도입 목소리...야 "총선용 의구심" 제동
3/18	부산일보	[코로나 '경제 백신' 급하다_②싹뻗줄 마르는 관광] "기존 대출 따지면 누가 대출 받겠냐"
3/20	knn	긴급 정책자금, 느린데다 문턱도 높아
3/20	부산일보	정부 지원금, 중소기업엔 '그림의 떡'...'핀포인트 지원'을
3/22	부산mbc	소상공인 대출...여전히 하세월
3/26	knn	'너도나도 재난소득', 제각각 지원 혼란
3/27	부산일보	"5만.10만 원 선심 쓰듯 지급" 형평성도 실효성도 의문
3/31	국제신문	"기본소득, 우리도 주고 싶지만..." 재정 빈약 지자체 속앓이
4/1	kbs부산	곳곳에서 돈 풀지만...걸림돌도 많아
4/3	부산일보	아랫돌 빼서 윗돌 괴는 재난지원금 '할당'
4/6	knn	긴급재난지원금 분담에 지역 산업 위기
4/6	부산일보	"부산 민생지원금 100만 원, 나는 왜 못 받아"
4/7	국제신문	4인가구 100만원(민주당)vs 200만원(통합당) vs 400만원(정의당)...재난지원금 경쟁
4/8	부산일보	여도야도 전 국민긴급재난지원금 가열되는공약경쟁
4/8	knn	소상공인 긴급대출, '이렇게 힘들어서야'
4/13	부산일보	"재난지원금 우리 구는 왜 안 주냐"
4/17	국제신문	재난지원금 지자체 부담 늘라...부산시, 추경안 예의주시
4/22	국제신문	여야정 재난지원금 삼각 충돌... 2차추경 조기 처리 '안갯속'
4/22	국제신문	"민생지원금 제외"...법인택시 노조 반발
4/22	부산일보	정부고용유지지원금,골목상권엔그림의떡
4/24	부산일보	고소득자 기부'절충안도, 야 '협찬받아 나라 운영' 거부
5/7	kbs부산	생계 긴급 지원...소외받는 문화예술인

5/8	knn	이래서 못 받고 저래서 못 받고
5/11	국제신문	결제 퇴짜 맞는 재난지원금 카드
5/11	국제신문	"인터넷 모르면 특수고용지원금 받지 말란 건가"
5/12	국제신문	"보험료 부담 증가" 자영업자들 불만 목소리
5/12	knn	한발 늦고 빨리 끝내고 아쉬운 대응
5/13	부산일보	재난지원금 기부 취소 혼란, 정부 가이드라인 때문?
5/13	국제신문	"재난지원금 왜 우린 적게주나" 경남 지자체간 형평성 논란
5/14	부산일보	실수기부 에피소드까지...재난지원금받기 쉽지 않네
5/15	부산일보	귀국한 사람은 못 받고 해외 체류자는 받는 '아이러니 지원금'
5/15	부산일보	이케아는 된다고? 오락가락 재난지원금
5/15	knn	재난지원금, 농촌 어르신 사용 불편
5/19	국제신문	일부 대형마트 재난지원금 지급 수단따라 결제 퇴짜
5/19	kbs부산	빚나간 수요 예측, 비단 난 '민생지원금'
5/20	부산일보	선불카드 모자라 재난지원금 지급 애로
5/21	부산일보	대란 부른 부산 재난지원금 선불카드 쏠림... 왜?
5/22	부산일보	부산시 "재난지원금 선불카드 지급 중단"
5/25	knn	선불카드, 상품권 부족, 빚나간 수요예측
5/25	kbs부산	수요 예측 실패...재난지원금 선불카드 지급 중단
5/28	부산일보	부산시도 별도지원금? 엉터리 안내에 수만 명 중복신청
5/28	knn	부산시도 재난지원금 준다?' 잘못된 안내
6/1	부산일보	"남들은 지원금 쓰느라 바쁜데, 대체 우린 언제 받나요?"
6/2	부산일보	"전화 50통 걸어 해결" 속 끓인 고용안정지원금 신청
6/2	부산일보	"긴급재난지원금에 쓰려고 급식비 손대면 안돼"
6/8	국제신문	2차 재난지원금 10조, 기본소득 연 310조...재정건전성 걸림돌 불보듯

<표 29> '논란/갈등' 프레임 기사

'논란/갈등' 프레임 기사 48건 중에 재난 대책의 주요 대상자인 '중소기업', '소상공인', '국민/시민/주민'이 주요 취재원으로 등장하는 기사는 12건에 불과했다(노란색 표시 기사). 2시기, 3시기에서는 재난지원금 지급 여부와 대상자 선정, 금액 등과 관련한 정치권의 논의가 '논란/갈등' 프레임 기사에 많았고, 재난지원금이 지급되고 난 4시기, 5시기에는 지급 과정에서 발생하는 문제점과 실효성에 대해 논의하는 내용이 많았다. 하지만 아쉬운 것은 소상공인 긴급대출의 절차적 문제점, 긴급재난지원금에서 소외되거나 사용에 불편을 느끼는 국민/시민의 기사를 전하면서, 정작 그들의 목소리는 배제되었다는 것이다.

일반적으로 언론은 '(공적으로) 말하는' 존재로 여겨지지만, 그러한 '말하기'의 전제는 '듣는' 존재, 즉 청자(聽者)라는 가정을 함축하고 있다. 언론의 위치는 다양한 사회구성원들의 '말하기'를 반영하거나 전달하는 중계자의 역할, 즉 단순 전달만이 아니라

현실을 왜곡 없이, 균형을 담은 중계자의 역할을 하는 것이다. 그런 의미에서 갈등과 논란이 되는 정책 대상자의 직접적 목소리가 기사에 반영되는 것은 어쩌면 당연한 것이 아닐까.

지금까지 경제보도에서 정부나 기업, 전문가 집단 등이 주요 취재원으로 등장했고, 이번 모니터링 결과 역시 그러하다. 수혜의 대상으로만 위치 지어진 ‘시민’, ‘약자’의 발화 내용은 주요뉴스의 의제로 자리 잡지 못했을 뿐더러, 취재원으로도 자주 등장하지 않는다. 시민단체나 노동조합, 시민 등 소비자 관점이나 노동자 관점을 보여주는 취재원은 거의 없어 보도의 편향성에 대한 우려가 항상 제기되는 것이다.

시민이 세상을 이해하려면 언론이 세상의 목소리를 잘 들어서 반영해야 하고, 시민이 세상에 대해 토론하려면 언론은 사안을 충분히 조사해 설명해야 하며, 시민이 행동을 결정하는 데 도움이 되려면 언론은 현상에 대해 문제의식을 갖고 묻고 따져야 한다. 이러한 맥락에서 지역 언론은 다양한 취재원의 입장을 ‘듣는’ 청자(聽者)의 역할을 더욱 잘 수행해야 할 것이다.

5) ‘새로운 변화’는 ‘소비문화’ 변화에만 치중 ‘극복전략’보도는 정부 취재원 비중 높아

코로나19가 바꾼 사회의 새로운 변화들은 다양하다. 사람들 간의 대면접촉을 줄이는 언택트 문화의 확산, 원격교육 및 재택근무 급증, 경제 부침에 따른 고용형태 변화 등 거의 모든 영역에서의 변화를 가져오고 있다. 하지만 지역 언론은 다양한 영역에서의 변화지점을 전하기보다 주로 ‘소비문화’의 변화에만 주목하는 모양새였다.

아래 표는 ‘새로운 변화’ 프레임 기사 중 취재원이 유통업 관련단체 및 인물을 인용한 기사 리스트인데, 전체 기사 54건 중 22건, 약40%가 이에 해당된다.

날짜	언론사	제목
2/3	부산일보	"나가기 무섭다" 외출·외식 접고 홈밥·홈술
2/4	부산일보	영화관·백화점 매출 급감... 온라인 시장은 호황
2/13	부산일보	집에서 모두 해결 홈코노미 서비스 주목
2/14	knn	코로나19 여파로 뜻밖의 할인행사
2/17	부산일보	직격탄' 외식업계, 배달 서비스로 탈출구 찾는다
2/28	국제신문	"모두 힘내세요"...대형마트 생필품 일제히 할인행사
3/2	부산일보	여전히줄서는명품매장...텅빈 매장은 탄나라 이야기
3/2	국제신문	코로나19가 인기화장품 바꿔...색조보다 클렌징 선호

3/5	국제신문	길어지는 방학에 '집콕' 장기화... 게임기, 간식 '불티'
3/10	부산일보	내 건강은 내가 지킨다' 위생용품 전성시대
3/12	부산일보	코로나19 확산 속 비대면 접촉 이 대세
3/17	부산일보	"집콕 소비자를 잡아라" 백화점 '언택트 마케팅' 확산
3/25	국제신문	코로나 집콕족' 늘자...위생가전, 셀프, 인테리어 용품 '불티'
4/29	국제신문	집콕족' 늘어나자 65인치 이상 대형TV 인기 급상승
5/13	국제신문	불황에 '짠물소비' 확산... 새 제품과 다른없는 '리퍼브 상품' 든다
5/14	부산일보	코로나 뚫은 샐러드 문 열기도 전에 100여 명 줄 서
5/20	국제신문	식기건조, 세척기 작년보다 36배 많이 팔렸다
5/20	국제신문	코로나 집콕에 이른 더위까지... 서큘레이터, 홈캠핑 용품 '신바람'
5/29	knn	저성장시대, ' 리퍼브' 제품 인기
6/2	국제신문	쿠팡, 마켓컬리 약재에 대형마트몰 반사이익
6/3	knn	불황에는 매운맛, 매운 농작물 인기
6/9	부산일보	코로나 피해 야외로...아웃도어 매출 늘었다

<표 30> '새로운변화' 프레임 중 취재원이 '유통업'인 기사

코로나19 감염을 우려한 사회적 거리두로 인해 온라인 구매 급증, 온라인 교육과 재택근무의 확산, 원격의료나 화상 면접, '홈코노미(Home+Economy)¹⁾ 문화' 확산, 공연·스포츠의 무관중 관람, 온라인 동영상 서비스(OTT·Over The Top) 이용자 급증 등 비대면·비접촉 방식으로의 변화가 우리의 삶을 크게 바꿔놓고 있는 것은 사실이다. 그리고 그러한 변화에 따른 파생적 사회문제도 함께 발생하고 있다. 온라인 구매 급증에 따른 배달 노동자의 과로, 근무환경 악화의 문제, 온라인 문화 소비 급증에 따른 대면 예술인의 생계문제 등 하나의 변화가 파생시키는 연쇄적 사회 문제도 분명히 함께 발생하고 있다.

하지만 지역언론은 이러한 '새로운 변화'의 다양한 행태를 '소비문화'의 변화로 단순화 시키고 있었다. 특히 소비문화의 변화에 소비의 주인공인 '소비자'의 입장은 배제된 채 유통업·서비스업계 관련 기업이나 인물의 목소리만 전하고 있었다. 더구나 특정 유통기업의 취재원뿐만 아니라 해당 기업의 홍보사진까지 함께 게재되어 있어 '새로운 변화'를 전하는 기사가 특정기업의 홍보기사로 읽혀지기도 했다.

1) 'Home'과 'Economy'합성된 신종어로 코로나19로 사람들이 외출을 피하고 대부분 집안에 서만 생활하면서, 실내에서 각종 경제 활동을 즐기는 것을 뜻한다. 집이 단순히 주거공간을 넘어 휴식·문화·레저를 즐기는 공간으로 확대되면서 집안에서 다양한 사회활동이 이뤄지는 현상을 이르는 말이다.

한편, 코로나19 피해를 극복하거나 회생하기 위한 전략 등을 담은 기사인 ‘극복전략’ 프레임 기사는 정부가 취재원인 기사가 대부분이었다. ‘극복전략’ 프레임 전체 51건 중 37%가 지자체와 정부 관계자의 발표나 말을 인용한 기사였다. 항공, 관광업 등 각 산업계 스스로의 회생 전략 기사는 드물었다.

날짜	언론사	제목
3/16	국제신문	부산형 O2O 추진... 시, 전통시장 온라인 거래 활성화 추경
3/19	국제신문	항공기 착륙료 20% 감면... 공연 관람료 1인당 8000원 할일
4/15	국제신문	문 대통령 "포스트 코로나, 디지털 기반 비대면 산업 적극 육성"
4/17	부산일보	"밥 먹고 마스크 받고"...골목상권 살리기 공식되나
4/28	국제신문	포스트 코로나' 부산관광 부흥책, 시작은 국내손님 유치전
4/29	국제신문	코로나발 실업, 부산도 대구 못잖게 타격
5/4	부산일보	주요 수산물 최대 50% 할인가에 구입하세요
5/6	부산일보	이제는 포스트 코로나, 관광 활성화부터 시동
5/17	knn	가상현실 VR투어, 관광 경쟁력 강화
5/18	부산일보	김해 워킹스루 상점서 착한 상품 '득템'
5/19	부산일보	채용도 비대면' 2020 중견기업 온라인 일자리 박람회 개최
5/19	국제신문	부산 가족친화기업 76% "코로나 끝나도 유연근무제 확대"
5/21	부산일보	부산시, 포스트 코로나 규제 혁신 나선다
5/28	국제신문	뚝 끊긴 벤처투자...비대면 설명회로 활로 모색
6/2	부산일보	부산, '포스트 코로나' 벤처투자 플랫폼 구축
6/26	kbs부산	"소비로 지역경제 살려요"...대규모 할인행사 개막
6/26	knn	코로나 극복 '큰 장', 부산서 막 올라
6/30	국제신문	"한국판 뉴딜 잡아라"...부산은 파워반도체 플랫폼, 경남은 김해 트램 추진
6/30	국제신문	"올여름 강원도로 오세요"...부산서 관광객 유치 마케팅

〈표 31〉 ‘극복전략’ 프레임 중 ‘지방’정부가 취재원인 기사

이는 각 산업계가 코로나를 극복하고자 하는 전략이나 노력이 부족한 결과라기보다는 지자체와 정부가 발표하는 보도자료를 지역언론이 그대로 받아쓰거나 뉴스원으로 활용한 경우인 것으로 분석된다. 현상에 대한 분석보다 발생 이슈만을 전하거나 취재원의 발표를 그대로 전달한다는 국내 경제보도의 문제점을 지역언론도 그대로 답습하고 있는 것이다.

5. 결과

한국언론진흥재단의 ‘출처별 코로나19 관련 뉴스 이용률’에 따르면, 한국인은 언론사 뉴스 이용률이 가장 높은 것으로 나타났다. 코로나19는 보건 이슈에만 국한되지 않는다. 사람들 간 왕래가 끊기고 경제활동이 위축되면서 무엇보다 경제적 피해가 큰 재난이다. 이러한 경제적 연쇄효과가 두드러지는 재난일수록 지역에서 삶의 터전을 지키고 있는 지역민에게는 지역언론의 경제뉴스는 필수요소와도 같다.

코로나19가 발생하고 감염이 확산 되었던 2020년 상반기에 지역언론은 경제뉴스를 어떻게 전하고 있는지 살펴보았다. 양적 분석 결과는 아래 <표 32>와 같다.

내용	결과
기사 주제	산업(26.4%)>정부정책(13.3%)>지자체정책(8.4%)>소비/트렌드(7.3%)>고용노동(7.2%)>경제일반(5%)
이슈 대상	기업(31%)>국민/시민/주민(15.3%)>소상공인/자영업자(13.3%)>지역중소기업(7.5%)>문화/예술/영화/스포츠(4.5%)>재난약자(4.3%)
취재원	기업(22.1%)>지방정부(15.8%)>대통령/중앙정부(9.5%)>소상공인/자영업(6.8%)>재계/경제단체(4.9%)>금융기관(4.4%)>학계/전문가(3.8%)
보도 태도	부정(40.9%)>중립/없음(39.4%)>긍정(19.7%)
기사 전달성	없음(51.7%)>사진(27.2%)>그래픽/표(18.9%)>삽화/일러스트(2.1%)
보도 프레임	피해/위기(41.3%)>대책/지원(18.9%)>정책전달(10.2%)>새로운변화(6%)>극복전략(5.7%)>논란/갈등(5.4%)>기대/회복(4.8%)

<표 32> 양적 분석 결과요약

지역언론 경제뉴스가 가장 많이 다룬 주제는 전 시기에 걸쳐 ‘산업(기업)의 피해와 대책’이었다(26.4%). 산업 중에서 부산의 주력 분야인 ‘관광/여행’, ‘자동차’, ‘항공’ 관련 기사가 많았다. 반면에 기사에 인용된 대상인 취재원은 ‘(지방)정부’(25.3%)가 1 위였다. 이는 기업과 산업의 피해와 구제책의 해결의 주체로 정부의 역할이 가장 주목받은 것으로 분석된다.

지역언론의 경제뉴스가 주요하게 다룬 주인공(이슈대상)은 산업(31%), 국민/시민/주민(15.3%), 소상공인/(영세)자영업자(13.3%) 순으로 나타났다. 경제 침체로 인한 기업

에 대한 지원, 전국민 재난지원금, 소상공인 대출과 같은 경제 이슈들이 대두되면서 이들이 주요하게 경제뉴스의 주인공으로 등장했다. 하지만 뉴스의 이슈대상으로 빈번하게 등장했지만, 이들의 목소리를 직접적으로 인용하지 않은 한계가 있었다. 국민/시민, 소상공인이 주요 취재원으로 등장한 기사는 각각 3%, 6.9%에 불과했다.

경제뉴스의 보도태도는 재난 시기 경제적 어려움에 대한 우려가 기사에도 반영되어 부정적 기사가 40.9%로 가장 많았다. 어려운 경제 이슈를 쉽게 전할 수 있는 시각 자료 사용은 ‘없음’이 51.7%로 1위였고, 사진 게재가 27.2%로 2위를 차지했다. 하지만 게재된 사진은 주로 산업현장, 공공기관 전경, 회의나 간담회, 기자회견의 모습을 담고 있어 경제기사를 이해하는데 도움이 되는 역할은 하지 못했다.

지역언론의 경제뉴스에 가장 많이 등장한 보도 프레임은 코로나19 피해를 강조한 ‘피해/위기’ 기사였다(41.3%). 다음으로 피해에 따른 정부의 대책 및 지원 내용을 담은 ‘대책/지원’ 프레임이 2위(18.9%), 정부 경제정책을 전하는 ‘정보전달’ 프레임이 3위(10.2%)를 차지했다.

보도 프레임별 분석 결과는 아래 <표 33>과 같다.

프레임	특징
피해/위기	-지역산업의 위기와 지원 강조 -산업계 인용 통해 기업 금융·세제 혜택, 규제 완화 등 요구 -기업의 고용책임과 지역사회에 대한 기여는 묻지 않아
약자강조	-사회안전망 확대 필요성 강조 -당사자 목소리 인용 적어 -약자는 ‘도움의 대상’으로 타자화
정책전달	-발생 이슈 전달에만 그치는 스트레이트 기사 위주 -정보의 ‘전달’만 있고, ‘해석과 분석’은 부족 -‘기사의 형식’보다 뉴스가 다루고자 하는 ‘주제 선택’의 문제
논란/갈등	-경제정책 관련 논란, 문제점, 갈등 강조 -‘갈등이슈 주인공’ 목소리는 배제 -시민, 노동자, 소비자 발화 내용은 주변화
새로운변화	-다양한 영역의 변화 짚지 못하고 ‘소비문화’ 변화에만 치중 -소비 주체인 ‘소비자’ 입장 인용 적어 -특정 기업, 제품 홍보성 기사
극복전략	-지자체와 정부 관계자 발표와 발언 인용 비중 높아 -정부 발표 보도자료 그대로 전하거나 취재원으로 활용

<표 33> 프레임 분석 결과요약

한국언론 경제보도의 가장 큰 문제로 지적되는 정부나 기업의 보도자료 베껴 쓰기, 특정기업에 대한 홍보성 기사남발, 심층적인 분석기사 부재 등이 지역언론 모니터링 결과에도 그대로 나타나고 있었다. 모든 프레임에서 취재원이 정부와 기업에만 집중되어 있고, 피해 당사자, 갈등 이슈의 대상자, 새로운 변화 주체인 국민/시민, 소비자 등의 직접적인 목소리는 배제되어 있다. 특히 ‘약자강조’와 ‘논란/갈등’ 프레임에서 기사 내용의 중심에 있는 당사자는 그들의 발언이 뉴스가 되지 못하고, 뉴스 소재로만 소비되는 양상을 보여주고 있다. 이는 재난 시기 ‘약자’와 ‘국민/시민’이 뉴스의 ‘대상화’로 전락하게 되는 것이다.

국내 경제기사에 제기되는 가장 가까운 비판 가운데 하나가 전문성과 심층성 부족이다. 경제보도 수준을 높이는 방안으로 경제현상을 종합적으로 살펴볼 수 있도록 하는 경제기자들의 교육 및 훈련, 충분한 취재인력 확보와 외부 전문가 활용 등을 제안하기도 한다. 하지만 재난시기 매일 발생하는 이슈를 전하는 것만으로도 지역 언론사 입장에서는 고된 노동 강도를 요구하는 일일 것이다. 특히 지역 언론의 부족한 인력과 물적 토대를 생각한다면, 외부에서 제안하는 방법으로 심층적이고 장기적인 경제 기사를 생산할 수 있는 여건을 조성하기가 쉽지만은 않다. 그럼에도 불구하고, 코로나 19와 같은 새로운 감염병, 장기적 경제 불황을 수반하는 재난시기에는 지역언론도 이를 함께 극복하는 적극적인 ‘선수’의 입장에서 사회 시스템을 정상화시키는데 함께 뛰어섰으면 하는 것이 지역민의 간절한 바램이다.

지역 경제보도가 지역민의 삶과 연결된 품질 높은 정보를 제공하는지, 그렇지 않은 지에 따라 지역민의 경제적 가치와 인식수준이 달라질 수도 있다. ‘코로나19’라는 초유의 재난을 계기로 부산지역 언론이 지역 경제의제의 공론장 역할을 잘 수행해 왔는지, 또 앞으로 양질의 지역 경제저널리즘을 위해 무엇을 할 수 있는지 점검할 수 있길 기대한다.

<끝>

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론

허윤철 부산대 미디어커뮤니케이션학과 박사

□ 언론은 위기를 먹고 산다?

- 사회적 혼란과 불확실성이 높은 상황에서 미디어 의존이 높아짐
- 그러나 현재 코로나19와 같은 세계적 재난이 매스미디어 산업에 기회가 될 것이라고 보기는 어려움: 전반적 경기 침체 → 광고 시장(매스미디어)의 위축

□ 누구에게나 초유의 사태

- 아래 그림 참조
- 기재부의 정책 기사는 쓰기가 매우 까다로우며 정책 자료를 받아쓰는데 급급한 경우가 많음 → 감시와 비판이 어려움
- 언론의 IMF 흑역사: '경제 비관할 것 없다'(조선일보 11월 3일), '경제위기감 과장 말자'(중앙일보 11월 1일 사설), '외신들의 한국경제 흔들기'(동아일보 11월 10일 사설)
- 코로나19라는 재난 상황에 대해 각국이 '전에 없던' 지원책을 사용하고 있고 많은 거시경제 정책이 엄청난 불확실성 하에서 운용되고 있음
- 근본적 불확실성과 역성장이 '기본값'이 된 상황에서 기자 개인이 경제 정책과 그 효과를 판단하기는 매우 어려운 상황

□ 사람이 먼저, 경제는 그 다음: 초심과 기본

- 현재 가장 예측이 가능한 부분은 모든 위기가 그러했던 이 위기가 사회적, 경제적 약자에게 더 치명적으로 작용할 것이라는 점임
- 위기 극복의 비용 또한 약자들이 짊어지게 될 가능성이 높음 (대공황의 실업 트라우마로 적어도 1970년까지 많은 나라들의 주요 정책 목표가 완전 고용이었으나 경제 위기를 겪으며 고용 유연화와 상시적 구조 조정의 시대가 열렸다는 점을 상기할 필요가 있음)
- 코로나19 사태를 전쟁으로 비유하자면 언론은 가장 전방의 위험에 놓인 사람의 편에 서야하며 그들이 보도의 기준이 되어야 함
- (사족: 미국 금융 위기 당시 실업률이 4.4%에서 10%로 상승하는데 2년 반이 걸렸지만 이전 수준으로 회복하는 데는 7년 걸렸음)

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론

김경일 사회복지연대 사무국장

국가에서부터 개인에게 이르기까지, 무엇을 봤고 무엇을 봐야할까?

사회복지연대 김경일 사무국장

코로나19가 유행하면서 그동안 언론에 잘 드러나지 않았던 사람들이 등장했다. 이른바 '사회적 약자'들이 그렇다. 주로 학대, 인권침해와 같은 중대한 사건이 발생했을 때나 빈곤이라는 하나의 위험과 만날 때 종종 언론에 등장했던 사람들이 사회적 약자라는 이름으로 등장하기 시작했다. '사각지대'라는 영역에 꾸준히 머물렀던 존재들 중에서도 가장 취약하고 가장 무거운 삶의 무게를 짊어진 이들의 삶이 역설적으로 주목을 받을 수 있는 계기가 된 것 같아 한편으로 기회로 여겨지기도 한다. 하지만 경제, 사회 어떤 분야에서 다뤄지더라도 마음 어딘가 이질감이 느껴지는 것도 사실이다.

이렇게 보도해도 되는 걸까? 하는 물음의 어딘가에는 그들의 삶이 너무 잔혹하게 드러나는 것은 아닌지, 너무 쉽게 포장해버리는 것은 아닌지, 그저 드러난 현상만 보여주고 마는 것은 아닌지 하는 보도 이후의 영역에 까지 머무르게 된다. 또한, 누군가의 일자리 상실(또는 경제적 어려움)은 누군가에게 서비스 공백이 된다는 의미에서 교육, 돌봄, 문화 향유 등 전 영역의 경제적 위축은 삶의 위축이라 해석된다. 그런 의미에서 코로나19 재난상황에서의 보도는 그동안 유지해왔던 경제, 사회, 문화 등 분야별 분류의 경계가 많이 열어졌다는 느낌을 받게 된다. 약자들의 삶을 비롯해 촉발된 사회문제를 드러내는 것에서부터 경제, 복지정책 등의 한계에 이르기까지 파편적(?)으로 다루어졌다는 것이 오늘의 토론회까지 이르게 되지 않았나 생각되기도 한다.

'일용근로가 줄어들었다' 는 일종의 현상은 일용근로로 생계로 유지해왔던 누군가가 생계의 위협을 받는다는 의미이고 그 위협은 기초생활수급 신청, 거리노숙, 심각한 계층은 극단적 선택을 할 수 있다는 위기로 해석된다. 그동안 어떤 위기들이 발생했는지, 이를 해결하기 위해서 기존의 정책들은 어떠했는지, 앞으로 어떻게 변해야 하는지 상당히 역동적인 고민과 활동이 투입되어야 하지만 현상만 드러냈고 현상만 스쳐갔다. 안타깝게도 현상조차 주목받지 못했던 존재들에 일용직 근로자들, 배달노동자들, 이주노동자들, 시간강사들의 삶을 담아낸 것은 그 자체로도 소중한 의미 있는 보도들이었다고 평가하고 싶다.

하지만 코로나가 장기화됨에 따라 백신에 대한 심리적 기대만 커져 주식시장의 역동으로 이어지는 지금의 사회를 보다 사람 중심으로 해석하고 사회를 건강하게 만들기 위한 노력이 필요한 것은 자명한 사실이다. 한정된 자원을 얼마나 효과적으로 배분하느냐는 시각에서 경제는 삶과 매우 밀접하다. 기업의 사회공헌이 얼마나 보여주기식이었는지, 유의미했는지조차 제대로 평가하지 못하는 것이 한편으로 애석하지만 건강한 사회를 위해 더욱 연대해야함은 분명하다. 재난이 찾아오고 사회 전 영역에서 문제가 일어나는 지금 국가공동체를 이루고 있는 각각의 존재에 이르기까지 지금의 모습을 어떻게 드러내야할지, 또 시민들은 무엇을 봐야할지 코로나 19와 함께 살아가는 시대에 지역 언론도 변화의 고민이 필요하다는 생각을 감히 보태어본다.

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론

최승환 민주노동부산본부 재벌특위 위원장

1. 경제기사에 대한 단상 “어렵다” “남 얘기이다”

- : 경제는 쉽게 말해 먹고 사는 것과 관련한 생산과 분배의 문제이다
- : 먹는 행위가 복잡하고 사는 행위가 복잡하지 않은 것처럼 그것을 보장하는 경제라는 것도 복잡하거나 어려워서는 안된다
- : 마치 상품 생산의 과정에서 나오는 부산물, 폐기물이 따로 처리되어 “보기좋은 상품”으로 출시되는 것처럼 기사 작성 과정에서 나오는 복잡함은 기자의 몫으로만 남아야 한다
- : 특히 노동자들의 입장에서는 그것이 더욱더 필요하다 경제는 보통 기업단위로 운영이 되고, 그 기업의 구성은 크게 경영진(또는 사용자)와 피고용인(즉 노동자)로 구성되기 때문이다
- : 문제는 이러한 관점의 변화이다 즉 “이 기사를 읽는 사람은 누구인가? 누구여야 하는가?”이다 경제기사는 경제와 관련 모든 주체가 읽을 수 있고, 읽고 싶고, 읽어야 하는 기사여야 한다
- : 그것이 경제기사가 경제와 관련한 공론의 장으로서의 기능을 할 수 있는 필수전제조건이다
- : 또한 경제기사는 공동체를 지향하고, 미래를 지향하는 기사이어야 한다

2. 사용자들의 윤리와 책임에 대한 기사의 부재

- : 코로나위기가 객관적인 불가항력으로 인식되게 하거나
- : 그 위기극복의 책임주체를 중앙정부정도로 인식되게 하는 경향이 지배적임
- : 기업과 사용자단체의 사회적 책임, 고충분담에 대한 윤리를 알리는 기사가 필요함 (고용유지의 노력, 지역매출 10대 기업들의 지역사회에 대한 노력, 공공부문의 양질의 일자리 창출에 대한 노력)

3. 고용유지지원금 등 구체적인 실익에 대한 분석 부재

- : 고용위기, 임금위기 등 노동자들의 위기를 극복할 구체적인 실익과 대안을 다루는 기사의 아쉬움
- : 고용유지지원금으로 인한 지역해고대란 (1차 9월, 2차 11월)을 극복할 수 있는 구체적인 정책에 대한 분석과 대안 제시의 아쉬움
- 국제신문 [기고] 부산시, 소도 잃고 외양간도 못 고치나 / mbc의 빅뱅커 등은 긍정적
- : 부산시차원 개별 재난지원금 지급 부재, 타시도 2차 재난지원금 지급 사례 등을 분석하며 구체적인 대안을 제시하는 기사 필요

4. 노동 현장의 목소리를 대변하는 기사의 부재

- : 대부분의 업종에 노동조합 존재, 노동조합의 자문이나 의견을 취재하는 것이 경제기사의 유용성 담보에 큰 도움될 것

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론

이상민 나라살림연구소 수석연구위원

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론

공웅조 KBS부산 경제문화팀장

1. 발제문에 대한 소견

사람이 먹고 사는 문제가 바로 경제. 그래서 고 노회찬 의원은 살림살이가 좀 나아졌냐고 그렇게 물었던 것. 언론이 노회찬 의원만큼 경제에 대해 시청자들에게 알기 쉽게 말한 적이 있었나 반성. 이번 모니터링에서 KBS 뉴스는 5%도 채 되지 않아. 사람들은 의식주 문제가 중요하고 또 궁금하고 알고 싶지 않아도 알아둬야 하는데 실제 방송 뉴스에서는 그만큼 비중으로 다루지지 않아. 무거운 책임감을 느낌. 광고성 기사가 적고 기업의 입장을 대변하는 기사가 신문에 비해 적은 것은 아무래도 매체의 경영환경의 측면이 크고 광고가 많지 않은 KBS의 특성. 언론사 역시 경제주체의 하나로서 함께 살아갈 수 있는 지혜가 모아졌으면 하는 바람.

2. 경제는 심리라는데...

경제가 사람들의 심리에 지대한 영향을 미치고, 사람들의 심리 특히 불안한 마음이 경제에 악영향을 미친다는 말을 많이 함. 미디어에 대한 의존도와 신뢰가 많이 줄긴 했지만 여전히 경제기사는 신문과 방송을 통해 접하는 경우가 많음. 기사가 어떤 스탠스를 보이느냐에 따라 어떤 경제현상을 보는 시민들의 판단이 달라지기 때문에 기사 쓸 때 매우 신중. 특히 지역에서 기사를 쓰는 입장에서는 서울의 입장과 부산의 입장이 달라질 수 있는 것. 부동산 문제, 공공기관 지방 이전이라든지 중앙-지역 이해관계가 다르거나 대립하는 경우는 더 예민. 그래서 어느 편을 들기보다 어떤 경제정책이나 경제현상에 대해 맥락과 예상되는 결과를 쉽게 풀어주는 게 중요하다고 생각하는데 방송뉴스에서는 시간적 제약. 용어 설명하다 보면 시간이 다 가버리는데 그렇다고 하루 메인뉴스가 15분인 상황에서 리포트를 하염없이 늘릴 수도 없는 상황. 그렇다 보니 일단 경제기사 비중이 적어지고 단순 정보 전달로 그치는 경우가 많음. 또한 실제로 필요하다고 기자들이나 시청자들이 말해도 실제로 재미가 없어서 외면하는 경우도 많아. 좀 차분하게 세계경제 그리고 우리나라 경제정책과 현상이 지역에 미치는 영향, 그리고 우리가 노동감수성, 성평등 감수성 이렇게 얘기하는 등 정책과 제도가 지역분권과 균형발전에 도움이 되는지 일종의 잣대를 가지고 짚어줄 수 있는 심층뉴스가 있어야

3. 한 번도 경험해보지 못한 코로나19

좀 더 취약계층에 대한 심층적 보도가 나왔어야 되지 않나 생각. 코로나19는 청와대와 정부의 정책, 산업 전반에 미치는 영향 등 모두 중요. 그래서 기업이 어렵다고 기사가 많이 나와도 이상하지는 않아. 기업이 흔들리면 고용된 직원들의 생계와 직결되기 때문. 하지만 특수고용노동자 문제나 파견직, 영세 자영업자, 대학강사 등 이전에도 이슈화되었던 계층이 더욱 고용 불안에 시달리는 상황. 상대적으로 신경을 썼지만 여전히 미흡한 건 사실. 또한 맞벌이 부부나 미취업 청년 등에 대한 꾸준한

관심도 필요. 사실 아무나 겪지 못했던 일이라 답을 금방 만들기는 어려움. 그럼에도 이들이 정책 우선순위에서 멀어지지 않도록 관심을 보이는 게 중요. 이때는 언론이 심판이나 중계 역할보다 실제 실업문제, 기업의 경우 매출 감소 등을 함께 풀기 위한 선수로 좀 나서야 하지 않는가. 계몽을 차원을 넘어서 솔루션을 함께 모색해보는 적극적 역할을 할 필요성 인식.

4. 구조적 한계

출입처 위주의 취재로는 경제 전반을 파편적으로 인식할 수밖에 없음. 경제 요소들끼리 또 사회, 정치와 유기적 연결관계가 있는데 자기 일밖에 못 보는 것. 예를 들어 엘시티의 경우도 최근 관광시설을 짓지 않아 문제가 됐지만 태풍이 오니까 또 초고층 건물의 민낯이 여실히 보이는 상황. 한 건물이 여러 층위로 해석 가능. 이럴 때는 엘시티만 파는 팀 구성 필요. 이슈 중심 구성은 KBS 본사에서 시행중이고 KBS 부산도 팀제로 나뉘면서 유기적인 협력을 추진하고 있지만 취재처 중심으로 보도자료가 나오고 제보 확보 및 정보를 들을 수 있어서 아직은 절반만 하고 있음. 내부 소통이 더 잘 되어야 되겠고 연륜 있는 기자들이 코디네이터나 뉴스의 아젠다 세팅 부문에서 좀 도움을 주어야 하는데 그런 부분이 안 되어 있음.

5. 더 쉽고 친절하게: 개념보다 생활, 통계보다 현장 목소리, 출입처보다 보통 시민이 우선순위로.

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론

전대식 부산일보 서울경제부 차장

■ '재난시기 지역 경제 뉴스'

- 전국적인 재난 이슈를 바탕으로 지역 이슈를 결부해서 보도해야 함.
- 재난 보도 1차 취재원은 질병본부. 취재원이 서울에 있음. 연합뉴스와 부산시 발표 자료 토대로 기사 작성. 그 과정에서 서울지역언론(이하 '서울언론')과 차별화해야 함.
- 코로나 초기 부산 등은 코로나 확산세에서 빚겨나 있음. 대구 청도요양병원발 확진자 확산하면서 지역사회 감염 보도 활성화
- 현장 기자. 제작 스태프들은 전염병 관련 재난 보도는 사건사고의 연장선 인식. 이에 사회부가 전담 부서가 되는 경우가 다반사임. 지역언론의 인적 구조에서 비롯된 태생적 한계임.
- 반면. 경제부는 상의, 금융, 소비자, 유통, 건설, 세종청사 중앙부처 담당으로 이원화 함.
- 본보의 경우 고정 사회면(1~3개면), 경제면(1~2개면), 정치면(1~2개면)을 담당해야 함. 아울러 수해, 태풍 보도는 코로나19 이슈와 별도로 대응해야 함.
- 모바일 뉴스는 별도 생산(디지털부서). 지면 뉴스가 실시간 검색어, 긴급 뉴스 등 코로나 이슈를 제때 따라가지 못하는 경향(종이신문 플랫폼 한계). 이 역할을 대부분 언론사가 디지털부서가 대응. 이번 부산민언련 분석에서 모바일, 인터넷 기사 빠져 있음. 실제 모바일뉴스 클릭수와 지면 기사 클릭수 비교에서 차이가 큼. 이는 재난, 대형 이슈 보도에서 지면의 영향력이 빠지는 산업적 추세를 반영한 것임.

■ 모니터링 대상·분석

- 기사내용, 취재원 유형, 정책대상자, 기사주제, 보도 논조, 기사 전달성 등 6가지 항목
- 보도논조는 '부정' '중립' '긍정'으로 획일화 가능한지 의문. 예를 들어 정부 재난지원금 전 국민 지원은 부정(예산 증액 따른 채무, 금액 자체의 호불호 여부 등), 긍정의 의미 다 포함. 여기에 광역단체, 기초단체의 지원액 부분을 부정·중립·긍정으로 보기 어려운 부분. 또 전 국민 대상 지원금 부분은 뉴스가 대량 생산됨. 지역지는 차별화한 뉴스를 생산할 필요.
- 취재원 유형은 지역언론 한계 반영. 특히 지역에 감염병 전문가, 단체는 의사 빼곤 사실상 없음. 이러다 보니 현상은 전국적이고, 분석은 지역 차별화해야 하고, 참고할 전문가는 서울에 있는 현실.

- '코로나+지역'이란 프레임으로 보면 결국 지역경제 여파, 확진자 발생에 따른 지역사회·주민들의 불안감 등 분위기로 보도될 수밖에 없음.
- '기업 목소리 대변' 지적은 현행 출입처 취재와 제작 시스템에서 발생하는 귀결임. 아울러, 기업체들의 불만 여론이 취재 혹은 제보 형식으로 적극적으로 언론사에 유입되는 경향도 반영.
- 이런 가운데 인권, 노동자 권리 등 보도가 약화할 수밖에 없음.
- '과도한 공포감' 조성하는 표현 및 기사들은 기자 및 언론사 관행에서 촉발된 결과임.
- 비대면 제품 등이 특정기업 홍보 수단으로 보이는 것도 출입처·취재시스템에서 비롯. 지역 중소기업에서 생산한 제품을 알려준다는 정보적 의미도 있음.
- 익명 취재원 부분은 전통적으로 정치, 사회면에 많은데 최근에 코로나 보도에서 등장하는 것은 반성할 부분임. 취약 계층 보도가 적다는 부분도 언론사가 새길 부분.

■생각해볼 점

1. 경제기사 재정의

- 코로나 이슈가 경제를 떠나 정치, 사회로 가는 것은 지역언론만의 문제가 아님.
- 재난지원금 집행 등은 정치의 영역. 코로나19로 소외받는 계층은 사회문제 등으로 그때 이슈에 따라 선택되는 것임. 결국 정치, 경제, 사회 어느 면에 비중이 있는지보다 보도의 정확성, 취재의 성실성 등이 비판의 출발점이 되어야 할 듯. 면 배치로 따지면 사회, 정치면이 더 영향력이 있는 경향.
- 대안은 코로나 전문가+특별취재팀(신문지면·모바일)이 코로나 이슈를 지속적으로 끌고 가야하지만, 여러 여건 상 이상적인 바람일 때가 많음. 과거 메르스 때와 달리 코로나가 때 장소 사람을 가리지 않다 보니 언론사들도 취재에 위촉되는 현상 발견(예)뉴시스 국회 출입기자 확진→관련 출입 기자 자가격리 등)

2. 지역경제저널리즘

- 지역일간지 종합지. 정치부터 요리, 책까지 다 다뤄야 함. 코로나이슈를 보도해야 하지만, 기본적인 지면을 채워야 할 독자와의 의무도 무시 못함. 예를 들어, 여행·요리 기사들은 코로나이슈에 보도하는 게 적절한지에 대해서는 의견이 충돌함.

- 서울언론, 코로나 보도에 사실상 지역 뉴스는 큰 사건사고(확진자 대량 발생, 사망자 등 특이 사건) 이외에는 보도 없음. 이런 면에서 지역언론이 코로나 확진자 현황과 기초단체별 재난지원금 지원, 지역 유명 관광지 코로나 위험 보도 등을 지역 시각에서 보도하는 부분은 의미가 있다고 평가.
- 다만, 대부분 지역언론사(신문 방송 구분 없이) 재난보도·환경·의학 전문기자가 없다는 점. 전국적 전염병 이슈는 중앙정부가 총괄한다는 면에서 보도의 질적인 부분에 앞서 양적임 부분에 치중할 수밖에 없는 구조적 한계도 고민해야 함.
- 이번 부산민언련 모니터와 분석·비판이 지역언론 종사자들에게 보도 양태를 되돌아보고 개선점을 찾는 계기가 될 것임. <끝>

코로나 재난시기, 지역언론은 누구를 주목했나
_시민에게 소구력 있는 경제보도 방향 찾기

토론회 녹취록

- 김유진(부산민주언론시민연합 사무차장, 사회자)

네, 발제를 잘 들었습니다. 경제기사를 보는 것은 경제기사에 대한 갈증이 있었기 때문에 보게되는 것 같아요. 막연히 “이렇지 않을까”라고 생각했던 어떤 예상을 데이터로 한 번 확인 해보는 과정이었던 것 같습니다.

아까 발제자님 말씀해 주신 것 중에 경제기사가 자원분배에 따른 갈등을 해소해야 하는 역할이 있다라고 해주셨는데, 그럼 실제로 경제기사를 평가했을 때 자원분배에 따른 갈등들을 있는 그대로 드러내고 있는지 아니면 이것을 좀 해소하기 위한 어떤 노력이 있는지는 보면 될 것 같습니다.

토론자들을 여러분 모셨는데요. 저희가 차례대로 말씀을 듣고 나서 다 같이 던져 주신 의문점과 제안점 이런 것들을 섞어서 한번 얘기를 해볼까 합니다. 순서를 공지해 드리진 않았지만. 첫 번째로 허윤철 박사님의 이야기를 들어보고 토론을 시작해 보도록 하겠습니다.

- 허윤철(부산대학교 박사)

[보고서 방법론에 대한 비판]

보고서에 대해서 질문을 드리고 제가 하고 싶은 이야기를 이어가도록 하겠습니다. 보고서의 신뢰도와 관련되는 부분이라고 할 수 있어서 보고서에 대한 질문을 먼저 하도록 하겠습니다. 기사를 다 봤다고 하셨는데, 그러니까 뭐 힘들다 이런 건 아직 경제적인 이유 때문에 힘들잖아요. 그러니까 다 보고 거기에서 이 경제와 관련한 이슈만 추렸다는 게 어떤 건지 제가 잘 감이 안 와요. 그런데 이제 좀 더 이제 제가 구체적으로 약간 의아했던 부분은 2쪽에 <부산MBC>와 <KBS부산>의 코로나 관련 기사 건수가 6개월 동안 53건, 51건인데. 하루에 <부산MBC>나 <KBS부산>이 단신보도까지 합하면 10쪽지 정도 보도가 될 거예요. <KNN>은 더 많고. 10건이면 7일이면 70건, 한 달이면 210건, 6개월이면 1260건인데. 근데 제 생각에 1260건에서 53건이면 너무 작거든요. 그래서 분석대상 선정기준이 모호합니다. 그래서 좀 더 실효성있는 보고서가 되려면 이런 부분에 대해서 분명하게 체계적으로 정리를 해 주셔야 되지 않나 싶습니다.

보도 논조가 부정, 중립, 긍정. 내용분석을 하다보면 늘 한계가 있긴 한데, 원론엔 동의하는데 각론엔 반대할 수가 있잖아요. 원론 자체에 동의안 할 수도 있고. 이게 굉장히 다른건데. 이런 분류방식으로는 두 경우의 차이가 사라지고 다 ‘부정’으로 분류가 되잖아요. 진짜 알고 싶은건, 큰 정책에 동의하는지부터 해서 원론에 동의하는 것과 각론에 동의하는 것 등 이렇게 여러 차원이 있을 수 있는데 이걸 단순하게 부정, 중립, 긍정으로 분류하는 것 가지고는 정확하게 알긴 어렵지 않나하는 생각이 듭니다.

니다.

그리고 여기 분석방법에 따르면 그냥 현상에 대해 부정적인 건 다 부정으로 분류가 되잖아요. 코로나라는 현상에 대해서 긍정적으로 보도하거나 부정적으로 보도하는 거고. 근데 알고 싶은 거는 정책에 대해서 언론이 긍정적이었느냐, 부정적이었느냐 하는 건데 이 결과만 가지고는 제가 뭐 이렇다 저렇다 판단이 잘 안서는 것 같아요. 그런점들을 좀. 물론 이 내용분석이라는 것 자체가 트집잡기가 굉장히 쉽고, 완벽하게 계량적으로 분석하기가 힘들다는 걸 저도 잘 알고 있는데 그런 부분을 보완해 주시면 더 좋겠다는 생각을 했습니다.

[코로나19 재난시기 지역언론, 누구를 주목했으면 좋겠다]

제가 하고 싶은 이야기는 오늘 주제가 <코로나 재난시기, 지역언론이 누구를 주목했는가>하는 보고서를 잘 공들여서 많은 고마운 마음을 가지면서 읽었고. 누구를 주목했는지를 제가 관찰한 건 아니니까. 누구를 주목했으면 좋겠다라는 제 생각을 정리해 봤어요.

49쪽을 보시면 될 것 같아요. 그림이 하나 있긴 한데, 제가 언론학 전공 연구자로 초대가 된 거니까. 저널리즘 이론 이야기를 먼저 좀 드리고 시작을 하면. 일반적으로 사회적 혼란이나 불확실성이 높으면 사람들이 미디어에 대한 의존이 증가하고 미디어에게 굉장히 유리합니다. 미디어의존이론에 나오는 이야기인데요. 아시는 분들도 계시겠지만, 한국전쟁 당시가 언론이 굉장히 호황기였어요. 국제신문 발행부수가 10만부 정도 됐고. 지금 한 <부산일보>가 10만부 쯤 될거예요. <국제신문>은 <부산일보>에 비해선 한참 모자르고요. 그러니까 국제신문이 한국전쟁 때 그 힘든 와중에 10만부를 찍을 만큼 언론이 호황기였고. 이걸 김영희교수님이 <한국전쟁과 미디어>(커뮤니케이션북스, 2015)라는 책에서 정리해 주신 내용입니다. 매스미디어라는 산업 자체가 양적으로든 질적으로든 사회적 혼란을 통해서, 특히 전쟁. 전쟁이 끝나고 나면 미디어는 성장했는데. 현재 코로나 사태 경우에는 이런 재난이 매스미디어산업의 기회가 될 것이라고 저는 보지 않습니다. 많은 분들이 그럴 것 같은데. 소수에 미디어에 의존하는 상황이 아니고. 미디어의존이론이 나왔던 2,30년 전의 시기하고 지금 미디어환경이 많이 다르거든요.

또 오히려 경기가 침체되면 광고시장이 위축되고, 매스미디어시장이 위축될 거라고 제가 상식적으로 예측을 합니다. 그런 면에서 코로나는 미디어산업에도 위협이 될 거라고 생각해요. 이걸 누구에게나 위기고, 초유의. 저희 아버지 연세가 75세인데 저희 아버지도 이런 일을 처음이라고 하셨으니까. 아마 지금 살아계시는 분들 중에는 이런 위기가 두 번째다라고 하시는 분은 없을 거예요. 스페인 독감이 있었는데, 스페

인 독감을 겪으신 분이 아니라면 처음이실텐데.

그래서 이제 이런 누구에게나 처음 있는 일이고 결과가 어떻게 될지는 아무도 모릅니다. 경제학자들도 모르고. 더군다나 경제학자가 모르는데 언론이 알 수가 없는거죠. 그래서 이제 발제문에서는 취재원을 하나의 노드로 보고 언론이 어떤 노드에 관심을 기울였는가를 이렇게 정리를 해주셨는데. 노드와 노드 사이 관계라는 측면에서 보면 더 다양한 차원들이 있죠. 굉장히 복잡하게 얽혀있습니다. 단순하게 생각할 수 있는게 아니고 굉장히 여러 가지 얽혀있는 문제들이죠. 그래서 정말 답을 알 수 없다고 하는 건, 한편으론 무책임할 수도 있지만 누구나 모른다는 것이 어떤 면에선 우리 모두 겸손하게 접근해야 한다는 이야기가 될 수도 있을 것 같아요.

제가 알기론 모든 기자님들이 동의하실지는 모르겠지만 경제기사 쓰기가 제일 까다로워요. 이건 경향신문에 계셨던 <박용운> 교수님이 공적인 자리에서 하셨던 이야기이기도 한데. 제일 쓰기 쉬운 기사는 정치기사, 법조기사. 이런 것들은 갈등이 넘치고 스토리가 풍부해가지고. 그리고 틀릴 일도 별로 없어요. 경제는 사실은 구체적으로 비판하려면 고도의 전문성을 가지고 있어야 하고. 그래서 사실 기재부 출입 기자들은 정치학을 완벽히 이해하고 쓸 수 있는 역량을 가지신 분들이... 기재부 출입기자 뿐 아니라 학자라 한들 기재부에서 내놓는 정책자료를 보고 그걸 한눈에 비판을 어떻게 하겠어요. 그러다보니 정책을 완벽하게 소화해서 보도하는게 아니라 보통은 오류나 실수를 최소화하는 방식으로, 굉장히 소극적인 방식으로 기사를 작성하게 되죠. 굉장히 노골적으로 표현을 하자면 정책 자료나, 보도자료를 받아쓰는데 급급하다라고.. 좀 극단적인 표현일 수도 있지만. 근데 사실 이건 기재부가 관련의 관료라고 불리고 기재부 같은 고도의 정책 전문성을 가진 집단을 그렇게 쉽게 다룰 수가 없습니다. 그래서 언론들도 감시와 견제의 어려움이 있죠. 그래서 IMF때 구제금융 신청 직전까지 거의 메이저 언론들조차도 완전히 뜬구름 잡는 소리들을 하고 있었어요. 바로 며칠 뒤에 구제금융 신청할 건데 <조선일보>, <중앙일보>, <동아일보> 아무런 상황 파악도 못 하고 있었다라는 건 언론의 흑역사 비슷한 걸로 남아있죠.

그래서 이렇게 정상적인 상황에서도 경제기사를 다루기가 굉장히 어려운게 사실이고. 근데 현재는 세계 대부분의 나라들이 전 인류가 처음 겪는, 전에 없는 지원책들이 많이 나오고 있고. 캘리포니아 같은 경우에는 불법이민자들에게도 재난지원금을 주고 하잖아요. 거시경제정책 같은 경우에는 언론도 이론적인 틀은 있지만 대부분 굉장히 엄청난 불확실성 속에서 운용이 되고 있는 상황입니다. 게다가 지금은 저성장이어서 얼마나 덜 역성장을 하느냐가 관건이잖아요. 과거와 패러다임이 달라요 이제. 사실 이런 것들이 과거와 다른 패러다임이 기본값이 된 상황에서 기자 개인이 경제정책과 거기다가 그 효과를 판단하기는 매우 어려운 상황이죠.

제가 <사람이 먼저 경제는 그 다음>이라고 제목을 달았는데, 현재 가장 예측가능한 부분은 역사적으로 모든 위기가 그랬지만 사회적, 경제적 약자들한테 이 위기가 굉장히 훨씬 더 치명적으로 작용을 할 겁니다. 그리고 위기를 넘길 때마다 대체로 언론이 권력과 반대방향으로 안 갔어요. 대체로 그 논리를 강화시켜주는 방향으로 작용을 했는데. 그래서 위기 극복 하는 단계, 이 위기가 끝이 아니라 그 뒤에 극복 담론들이 굉장히 많이 등장할 텐데 그때 아마도 약자들이 짐을 다 짊어질 가능성이 높습니다. 제 지도교수님이 미국에 이런 식의 내용분석 연구를 많이 하셨거든요. 그래서 미국도 그렇고 1970년까지는 안전고용이 미국도 정책적 목표였어요. 대공황 트라우마가 있어서, 정책목표가 고용에 맞춰졌는데 70년 이후로 풀려요. 70년 이후로는 진보적인 뉴욕타임즈 같은 경우에도 성장을 이야기 하면서 고용유연화 논리에 동조하죠.

제가 알고 있는 과거의 선례로는 아마도, 앞으로 펼쳐질 일들이 낙관적이지 않고 그래서 이제 언론학 연구자로서 조심스럽게 제가 말씀드릴 수 있는 건 언론이 경제문제 해결의 주체가 아니에요. 이건 당연한거고. 그래서 언론학에선 언론을 2차적 정의자라고 표현하거든요. 언론은 위에서 만들어진 의제를 주로 받는거지 완전히 새로운 의제나 방향을 만드는 역할을 하지 않습니다. 그런 사례가 역사적으로 없어요. 그래서 언론이 그럼에도 불구하고 중요하고. 특히나 누구 입장에 서느냐가 중요합니다. 누구의 관점에서 세상을 보느냐가 굉장히 중요한데 이 위기 상황에서 언론이 서야할 곳이 정부 옆도 아니고, 정부 옆에 굳이 언론이 아니어도 설 사람이 많아요. 줄을 서 있고. 가지마라고 해도 가는 곳이에요. 그리고 기업 옆도 당연히 아니에요. 기업은 알아서 잘 하게 되어 있고. 기업을 걱정해 줄 필요는 없고. 기업은 다 후방에 있는 주체들이고. 전쟁에 비유하자면 전방의 위험에 놓여 있는 사람들 있잖아요. 딱 떠오르는 사람들, 죽음을 왔다 갔다 하는 사람들이 있을 거예요. 그 사람들 편에 서야 하고, 그들이 기준이 되어야 해요. 그게 언론이 본래부터 해왔던 일이고 가장 잘할 수 있는 일이라고 생각을 합니다. 그래서 제목에 '사람이 먼저'라고 했는데 민주당 지지자는 아닙니다. 감사합니다.

- 김유진(부산민주언론시민연합 사무차장, 사회자)

감사합니다. 그러니까 전방에 있는, 가장 위험에 노출된 사람에 언론이 좀 주목을 하면 좋겠다라는 말씀을 해주셨습니다. 그러면 저희가 순서를 어떻게 정리했냐면요. 당사자 입장이라고 할 수 있는 노동계, 복지계를 좀 모셨거든요. 두 분의 이야기를 듣고, 진짜 자원배분이 어떻게 되어있는지 언론이 감시를 하거나 해설을 해줘야 한다고 했는데 실제로 많은 예산이 추경을 하면서 쓰였잖아요. 그런 데에 대해서 언론이 보도를 잘 해줬는지에 대해서도 궁금증이 있어서 나라살림연구소의 이야기를 들어본

다음에 경제부 기자님 두 분의 이야기를 듣는 걸로 순서를 정리해 봤습니다. 그래서 두번째는요, 사회복지연대 김경일 사무국장님 이야기를 들어보겠습니다.

- 김경일(사회복지연대 사무국장)

[역설적으로 이전과 비교했을 때 사회적 약자 주목도 높았다]

소개 받은 김경일입니다. 마무리를 사람이 먼저다라고 해주셔서 사람이 먼저다라고 생각하고 있는 활동가로서 이어서 발언하겠습니다. 먼저 발제에서 신뢰도, 타당도 여부를 떠나서 사회적 약자에 대한 보도 비율이 낮았다라는 말씀 주셨는데. 활동하면서 이렇게 사회적 약자에 대한 목소리를 많이 들어주려고 하는 시기가 있었나라는 생각을 역설적으로 해보게 됩니다. 그만큼 전체 비율에선 작다고 말씀 주셨지만 그 작은 것마저도 그동안 언론이 주목했던 데에 비하면 많았다. 특히 5,6월 즈음에 이주노동자들이라든지 노숙인과 관련된 이슈들이 제기됐었다고 하셨는데. 5월 1일에 중대본에서 방역사각지대를 해소하겠다고 노숙인, 이주민을 무료검사 하겠다, 코로나 검사를 무료로 해주겠다는 말을 하면서 인권단체를 비롯한 관련 단체들의 대응이 이어졌던 게 영향이 있지 않았나하는 생각이 드는데요. 그렇게 관심을 가졌던 게 처음이었던 것 같습니다.

코로나 시기에 활동을 하면서 나름의 사회현상을 정의할 때, 빈곤층이 늘어나고 중산층이 무너질 것이다, 뭐 평상시에 할 수 없었던 일들은 재난시기에도 할 수 없다 이렇게 캐치프레이즈처럼 이야기하곤 하는데요. 실제로 정말 빈곤하고 어려운 상황에 계신, 사실 사회적 약자라는 말도 그동안 취약계층, 소외계층 이런 말들을 쓰다가 재난 시기에는 적절치 않겠다라는 생각이 들어서 ‘재난약자’ 이런식으로 의도적으로 표현을 다르게 쓰면서 아마 ‘재난약자’가 주인공으로 드러나지 않았나하는 생각을 합니다.

[재난약자의 상황 드러내기에 급급했다]

다시 한 번 말씀드리지만, 저는 역설적으로 코로나19 국면에서 ‘재난약자’는 너무 많은 관심을 받지 않았나. 근데 그 내용을 면밀히 들여다보면 그냥 현상을 드러내는데만 급급했다라는 평가를 드리고 싶습니다. 사실 취약요청이 정말 많이 왔었어요. 예를 들어 코로나 시국에 일자리를 잃어서 수급신청하게 되신 분이 없냐, 뭐 거리 노숙을 하시는 분 중에 식사 못하시는 분은 없냐. 형제복지원 피해자분들을 만나 뵙고 있는데, 형제복지원 피해자분들 중에 삶이 어려운 분은 없는지. 저도 사실 이슈화하는 측면에서 지역 언론과 같이 활동을 하고 있는 시민단체 활동가이지만, 이 상황에

서 자극적으로 이용될 수 있는 사례들을 찾는 경향들이 많았습니다.

그게 대표적으로 상품화 됐던 게 ‘포스트코로나’라는 말이지 않나. ‘포스트코로나’라고 하면서 코로나 이후의 삶을 꿈꿨지만 코로나가 언제 끝날지도 모르는데 쉽게 단정지어버리고 그 안에서 코로나 시기를 넘어가지도 못한, 지금의 상황도 해결하지 못한 상태에서 아쉬운 대목이었지 않나라는 평가를 드리고 싶습니다.

그런 측면에서 우리는 좀 유례없이 사회적 약자들을 주목했지만 그냥 드러내는 현상에만 급급하지 않았나하는 생각이 듭니다. 경제문제 말씀 주셨는데 실제 부산의 산업구조를 보면 많이들 아시지만 기업 중심의 산업구조가 아니죠. 자영업자분들 많으시고. 실제로 코로나 최전선에서 재난 전투의 최전선에서, 경계선에서 무너지는 경계성빈곤층이라고 말하는 분들은 일용직 근로자분들이라든지 정말이지 취약하다고 언제든지 이제 실질의 위험에 놓일 수 있는 취약한 노동자분들이 사실 많은 어려움을 겪게 되셨거든요. 그런 분들이 수급신청을 하시거나 거리노숙으로 내몰리시거나 아니면 안 좋게는 안타깝게도 극단적인 선택을 하시는. 그런 사례도 지역에서 만나곤 하는데. 그런 부분들까지 언론이 어떻게 보면 담아내지 못한다는 거죠. 사실 코로나가 유행하면서 걱정하는 부분이 개인적으로 사회복지운동을 하면서 빈곤층이 늘어나는 부분과 자살 증가, 필연적으로 이야기하시더라고요. 보건학을 연구하시는 분들이 이런 감염병 대유행시기에는 자살률이 무조건 증가할 것이라라고 이제 예측 가능한 사회현상을 말씀하시는데. 사실 언론에서 자살보도를 하기는 굉장히 쉽지 않죠. 사실 이 두 글자를 이 자리에서 쓰는 것도 굉장히 조심스럽다고 말씀드리고 싶은 정도로 다루기 쉽지 않고 그런 문제들이 곳곳에 발생하고 있는데 어떻게 이것 드러내고 정책을 바꿔 나갈 수 있을까 하는 고민도 같이 있습니다.

그런 의미에서 봤을 때, 현상을 스쳐지나가는 문제로 삶을 드러내는 것이 자극적이지 않나. 담아냈다고 할 수 없지 않나하는. 결국에는 경제의 실패로 인해서 한 사람의 삶이 무너지고 건강의 문제라든지, 노숙이라든지, 알콜의존이라든지 다른 문제로 발현되고 그게 또 다른 사회 문제가 되고. 이런 일련의 과정들이 계속 지역사회에서 반복적으로 일어나고 있는데 그런 부분에 대해서 어떻게 봐야 할까하는 고민이 여전히 마음속에 남아 있습니다.

[경제의 위축은 곧 그것을 소비하는 시민의 삶의 위축이기도 하다]

그리고 문화 이야기도 많이 하시는데. 사실 문화예술인들이 공연을 하지 못해서 경제적으로 어렵다는 이런 보도를 많이 본 것 같아요. 지역에서 보면 문화 향유를 하지 못하는 시민들에게 큰 피해가 있었거든요. 그런 부분에 대해서도 주목하지 못했던데 대해서 아쉬웠던 것 같습니다. 문화예술 공연이 위축되고 예술인들의 생계가 어려워

졌다는 당연한 지역의 한 사업의 문제를 다룰 수도 있지만, 시민들도 또한 문화를 향유하지 못했다라고 하는 문제도 있지 않나. 문화복지적인 측면에서 그런 생각이 좀 들었고요. 그래서 그런 측면에서 봤을 때 결국에는 경제가 위축이 된다고 하는 것은 그것을 소비하는 누군가, 시민들의 삶이 위축된다라는 메커니즘으로 보면 오늘 토론회나 발제의 맥락이 좀 일련 공감이 되고 이해가 되는 부분이 있다는 말씀을 드리고 싶습니다. 그런 의미에서 기획보도라고 할까요. 제가 언론의 구조적인 문제를 나눠드릴 순 없겠습니까만. 이런 심층적인 부분들을 함께 다룰 수 있는 기회가 있으면 좋겠다는 생각이 들었습니다. 물론 현안이 발생하고 문제가 생길 때 이슈화하는 것도 너무 중요하지만 지금도 기초생활수급자 수가 얼마나 늘었는지를 가지고 분석하고 이야기하시는 기자분들도 종종 만나기도 하거든요. 근데 최소 1년은, 2년은 봐야한다 이런 이야기를 할 정도로 통계 등을 이용해 지역사회를 분석할 때 좀 더 심도있게 분석하려는 시도를 더 많이 하고 있고 그만큼 진중한 사례들도 많이 정리해 가면서 보고 활동을 하고 있습니다.

그래서 좀 이런 부분들이 기존에 스쳐지나가고 포스트코로나로 대변되는 어떤 보여주기만 하는 형식의 언론 보도가 아니라 그 이후에 어떻게 구조적으로 사회가 바뀌어야 하는지 요즘 '위드코로나'라고 많이 이야기하기도 하죠. 코로나랑 함께 안전하게 살아가면서 사회 구조를 어떻게 바꿔나갈지에 대한 부분에서, 그럼 재난지원금이나 이런 것도 방법적으로 논의가 되겠죠. 그런 고민들을 같이 이야기 했으면 좋겠다.

[한 순간에 몰린 사회공헌 활동, 앞으로가 문제]

사실 경제보도라고 할 때 첫 번째 먼저 들었던 생각은 지금 가장 경제와 관련 이슈에서 많이 주목받는 게 '주식'인 것 같습니다. 그런 이야기 많이 들어요. 백신 만들어질 것 같냐, 어디 백신이 가장 유력하냐, 그럼 주식이 오르고. 그렇죠. 그런 이야기를 많이 듣고. 질병관리본부나 식약청에 계신 분, 보건과 관련된 일을 하시는 분들은 그런 농담들이 오고가곤 하는데요. 그런 상황에서 정말 어떻게 경제보도가 이뤄져야 할지에 대한 고민이 깊은 것도 사실이고요. 지역에서 사실 이번 분석에서는 말씀하시지 않았지만, 지역의 사회공헌 관련된 이야기들도 많이 있었습니다. 대구, 경북 지역을 제외하고는 부산 사회복지공동모금회가 제일 모금을 많이 했더라는 발표도 있었고요. 기업에서 마스크, 손소독제 비롯 기부를 많이 하셨다고 그런 기사들도 많죠.

근데 그렇게 하시면서 한 해에 써야하는 사회공헌비를 다 썼다라고 하시면서 그 이후에 사회공헌 활동이 많이 위축된 것도 사실입니다. 정말 그때 자원을 효과적으로 썼었냐하면 그것도 적절한 평가가 필요하다는 생각이 듭니다.

저희가 활동하면서 비판하는 것 중 하나가 제발 연탄을 나눠 드리거나 김장김치

나누는 사회공헌 활동 하지 말자 이런 이야기 하거든요. 김치가 썩어가는 집도 있고 연탄난로 오히려 주민분들이 마시면서 건강이 안 좋아지시는 그런 피해들도 있기 때문에. 사회공헌은 지역사회에 자원을 효과적으로 배분할 수 있도록 사용하자는 문제 의식들도 있는데 과연 그런 주제들이 다뤄졌는가 하는 비판지점도 있습니다. 하지만 어떻든 그럼에도 불구하고 기업 역시도 연대해야 할 사람들이라라는 마음이 있다는 말을 보태고 싶고.

경제기사를 어떻게 정의하는가에 대해서 시각이 다를 것 같은데 그래서 제 토론이 적절했는지는 잘 모르겠습니다만 그동안 주목받지 못했지만 코로나국면에서 주목을 많이 받았다고 생각을 하고요. 하지만 정말 활동가로서 느끼기에 하나의 가십거리처럼 느껴지진 않았으면 좋겠다는 바람이 있습니다.

언론사 역시도 부서가 있고 영역 간 분류가 있겠지만은 어떤 구조적인 방식을 통해서라도 사람의 삶을 드러낼 수 있는 그런 미디어가 사람 중심으로 보도하는 변화가 일어났으면 좋겠다는 기대로 토론을 마치겠습니다.

- 김유진(사회자)

재난약자들에 대해서 보도되고 있지만 현상보도에 그치지 말고 심층적으로 보도해줬으면 하는 바람을 전해주셨는데. 사실 기업의 어려움을 많이 호소했다고 하는데 사실 저 기사도 뜯어 봤을 때 현상만 이야기 했는지 아니면 기업의 어려움을 심층적으로 조명했는지는 평가해 볼 수 있다고 생각합니다. 여기에 이어서 민주노총 재벌특위 위원장 최승환 님 이야기를 들어보겠습니다.

- 최승환(민주노총 부산본부 재벌특위원장)

네, 제가 약칭은 재벌특위원장인데요. 재벌체제 개혁을 위한 특별위원장입니다. 오해가 없으시길 바라고요. 기사분석을 말씀 드리면 그중 하나가 경제, 코로나 그리고 기사 이게 키워드인데, 다른 영역도 해당되겠지만 코로나와 4차 산업혁명과 한국판 뉴딜, 이게 노동조합 간부 입장에서는 이런 세트가 지향점이 분명하다는 느낌을 지울 수가 없습니다. 특히 경제분야에서 이게 많이 드러나는 거고요. 그렇기 때문에 경제 기사를 쓰는 게 아주 어렵다는 게 충분히 공감이 됩니다만 저희 노동계 입장에서 말씀을 드리도록 하겠습니다.

[경제기사, 공동체 지향하는 방향으로 나아가야]

일단 원발제와 관련해서 말씀 드리면요, 경제기사가 공론장이 되어야 한다고 결론

내리셨는데 충분히 동의하면서 덧붙이고자 하는 건, 경제기사는 특히나 더 공동체와 미래를 지향하는 방향으로 이어져야 한다고 말씀을 드리고 싶고. 제가 발제문에 ‘어렵다’, ‘남 이야기다’ 이렇게 썼는데 이건 노동자 입장에서 쓴 거고요. 노동자라는 개념 표현 자체에 대해서 우리가 다시 한 번 환기할 필요가 있다고 생각합니다. 아직까지 근로자와 노동자, 노동자라 하면 이른바 육체노동자로 지정되는 관행은 개선되어야 한다는 걸 전제로 말씀드리면서 소득, 고용, 학력 불문하고 대부분이 경제기사를 어려워 하는게 공통적인 현상일 것 같습니다. 제가 준비하면서 주변에 물어봤습니다.

[경제기사, 쉽고 명쾌해야]

그리고 기사는 언론노동자의 노동의 결과물이라고 생각하는데요. 노동의 과정에서 모든 결과물은 최대한 깔끔하게 처리가 되면서 기사로 치면 아주 읽기 편한 기사로 만들어 내는 게 언론노동 과정이다라는 생각이 들어서 그 말을 드리고 싶었습니다. 왜냐하면 저희 현장에서는 같은 주제라 하더라도 사실 어느 기사를 공유하느냐가 달라지는데 그 기준은 보기 쉬운, 명쾌한 기사입니다. 근데 명쾌한 기사를 찾기가 상당히 어려워요. 부산 사안은 아니긴 하지만 예를 들면 ‘삼바’ 분식회계를 설명하는 기사들이 엄청 많은데 제가 공유하려고 보면 20개 중에 쓸 만한 기사는 하나. 어쨌든 저희는 쉽고 명쾌한 특히 경제기사일수록 그런 게 좀 있었다고 말씀드리고요.

최근에 부산시가 추경예산 15조, 예결특위에서 결정했다라는 소식까지 들었는데 이것과 관련해서 사실은 같은 맥락에서 봤을 때 공유할만한 기사를 찾기가 힘든 게 있었다는 경험도 말씀드립니다. 그리고 기사 자체가 특히 경제기사는 누구에게 알리는 것인가가 아주 중요하다 생각합니다. 경제는 아주 민감한 부분이고 사회 전반 체제를 받들고 있는 주요 영역이기에 경제 주체인 저희 노동자 입장에서 기사 작성이 필요하다는 말씀을 드립니다.

[사용자의 윤리와 책임을 묻는 기사 부족]

두 번째는 최근에 발제에 근거해서 의견을 드리면, 사용자의 윤리와 책임에 대한 기사가 많이 없다는 걸 부제로 씁니다. 코로나 위기가 객관적인 불가항력으로 인식하게 하는 경향이 있었다라고 생각하고요. 그리고 또 하나는 이 위기극복의 책임 주체가 중앙정부 쪽으로만 인식하게 하는 경향도 지배적이었다고 평을 합니다. 근데 기업과 사용자 단체의 사회적 책임 그리고 고통분담에 대한 윤리를 알리는 기사도 필요하다는 판단인데요. 그래서 고용유지에 대한 노력과 같이 이를 지향하는 측면에서 분석하는 기사들이 필요하지 않을까, 그리고 중앙정부 뿐 아니라 지역정부와, 지역기업의 지역사회에 대한 노력 이런데 대한 가치지향적 측면에서 기사가 생산되어야 하

지 않을까하는 거고.

여담으로 말씀드리면 지역의 10대 매출기업과 관련해서 분석까지 하고 그들이 가지고 있는 잉여금까지 대규모 분석해서 야심찬 기자회견을 했는데, 애초에는 관련 부서에서 기사들이 엄청 쏟아질 것이라 기대를 많이 했는데, 저희의 조사결과가 기사를 통해 재생산되는 데엔 한계가 있었습니다. 하여튼 그랬고 여담이고요.

지역 지방정부의 공공부문의 경제가 무너지면 정부라함은 최고의 고용자라는 규정도 한편으로 있는 만큼, 정치와 정부운용 영역에서, 공공부문의 양질의 일자리 창출을 위한 노력. 이런 부분에 대해서도 기사가 필요하다는 거고요. 일종의 예를 든 겁니다. 윤리와 책임에 대한 기사가 아쉽다하는 부분이고. 윤리와 책임과 관련해 덧붙이고 싶은 건 발단은 코로나19이긴 하지만 이를 계기로 생명과 안전에 대한 부분도 가치지향적 측면에서는 많이 다뤄지고 있긴 합니다만 부산지역에서 보면 결론으로 보면 산재사망이나 8부두에 있는 세균무기실험실을 다른 영역으로 볼 수 있었겠지만 지금은 코로나19라고 하는 것이 생명과 안전에 대한 공통의 사회적 문제와 필요성을 던지는 기제이기 때문에 코로나19 기사와 세균무기실험실이나 부산의 산재사망에 대한 보도가 같은 맥이어야 한다라고 봅니다. 그리고 좀 자극적으로 '사망'을 중심으로 보면 전국에 오늘까지 코로나19로 인한 사망자 343명인데요, 산재는 저희가 분석한 걸로 치면 부산지역에 1월부터 6월까지 부산지역 산재사망 공식집계가 27명입니다. 이걸 코로나보다 더 많다고 볼 수 있는데요. 이런 식의 접근이나. 아시겠지만 8부두 보틀리눔이라는 세균무기 실험과 관련해서는 1g에 100만 명 살상인데요. 이걸 제가 계산한 건데 각설탕 하나가 4g입니다. 각설탕 하나의 양만 있으면 부산 전체가 제2의 코로나 사태를 맞이할 수도 있는 위협인거죠. 8부두 세균무기실험실을 알려야 한다. 이런 당위성을 떼고요. 생명과 안전 그리고 윤리와 책임 이런 측면에서 봤을 때 이런 사안들도 다뤄져야 하지 않나 지역언론들이. 그런 생각을 하고.

[노동자 위기 극복 위한 구체적 실익, 대안 분석 필요]

세번째는 구체적인 실익과 관련해서 분석에 대한 아쉬움입니다. 고용위기, 임금위기 노동자들이 위기를 극복할 구체적인 실익과 대안이 필요한 기사라고 생각합니다. 지금 하나의 예를 들면 고용유지지원금을 기본적으로 중앙정부에서 하고 있고요. 이거에 대한 현황은 대부분 사업장들이 3월에 신청했습니다. 이게 몇 차례 연장이 되면서 최대 9월 달까지 연장이 되는데 이게 끝이에요. 10월이 되면 해고대란이 발생할 수 있고 특별고용지원업종이라고 선정이 된 곳은 2개월이 추가가 됐습니다. 이거는 운송, 관광 이런 업인데 여기는 11월까지입니다. 이런 데에 대한 분석기사나 그 다음에 또 하나는 다른 지역에서는 중앙정부가 메꿔주지 못하는 고용유지지원금에 대한

차액을 지방정부가 하는 곳이 있습니다. 그러면 이런 데에 대한 최소한의 분석이나 덧붙여서 노력이 필요하다라는 지적이 있어야 한다는 생각이 들고요.

그 다음에 부산시 차원에 예를 들면 개별재난지원금 지급이 부재, 이건 모르시는 분들이 많더라고요. 부산시가 개별로 재난지원금을 주지 않은 몇 안 되는 시입니다. 소상공인, 자영업자에게는 줬어요. 근데 다른 지역은 2차 재난지원금 직접 지급까지 이미 시행되고 있는 지역이 있습니다. 제주도를 포함해서. 그러면 재난지원금이라는 이 정책에 대한 가치판단을 다를 수 있겠지만 어쨌든 분석에 대한 부분은 필요하다고 생각하고.

[노동자 목소리 대변하는 기사 많아져야]

저희 노동계는 재난지원금 직접 지급에 부산시도 역할이 있어야 한다고 생각합니다. 또 마지막으로 노동현장 목소리를 대변하는, 아주 절실한 부분인데요. 노동조합 관계자, 노동조합 간부가 아니더라도 현장의 목소리가 반영될 수 있는 저희도 충분히 취재가 오면 협조할 의향이 있습니다. 그래서 노동자 목소리 대변하는 기사들이 많아졌으면 좋겠다고 생각하고요. 제가 잠시 말씀 드렸지만 코로나와 관련해서 저희가 3대 요구안을 마련을 2주 동안 밤샘의 결과로 만들어 냈었는데 이런 것들이 실제 기사화되는데 있어선 한편으론 기사화 시킬 수 있는 노동계의 노력이 있어야 한다는 생각을 했는데. 그 중에 하나가 파급력이라 생각합니다. 실천이나 행동이나. 그래서 이게 자극적인 걸 하려고 하는 건 아니지만 어쨌든 기사화가 될 수 있는 저희 현장의 노력도 동시에 좀 하겠다는 말씀 드리면서 마무리 하겠습니다.

마지막으로는 고용유지지원금 지역의 현황을 노동청에 요구를 했습니다. 노동청의 답변은 못 해주겠다 였는데요. 이유가 하나하나 정리하 는게 너무 복잡하다, 였습니다. 그래서 지역에서 고용유지지원금 언제 끝나고 몇 개월 간 지원이 됐고 얼마큼 됐는지 총계는 줬지만 분석 자료는 안줍니다. 제가 이걸 싸워서 받아내려고 하는데 이와 관련한 기사를 좀 먼저 내 주시면 저희가 싸우는데 편합니다. 이상입니다.

- 김유진(사회자)

언론보도에 갈등을 느끼시는 분을 만났습니다. 여러 취재 아이디어도 주셨는데요. 이어가지고 나라살림연구소 이상민 수석연구위원님의 말씀을 들어보겠습니다.

- 이상민(나라살림연구소 수석연구위원)

시민사회가 할 수 있는, 하는 일 중 중요한 일이 이런 일일 것 같아요. 전수조사를. 전체를 조사하고 거기에 대해서 분석하는 건 시민사회가 할 수 있는 중요한 가치 있

는 일이라고 생각을 해서 감사히 잘 봤고요.

[분석방법에 대한 조언]

구태여 조금만 지적을 하자면요, 분석에 대한 추상화 수준이 통일될 필요가 있을 것 같아요. 이례적인 것으로 끝나지 않고 연도별, 통시적인 분석, 매체에 대한 상대적인 분석을 하려면 추상화 수준을 통일하고 앞으로는 작년에는 어땠고 내년에는 어땠는지 비교하면서 나아가는 방법론을 개발하셨으면 좋겠다라는 생각이 듭니다.

[경제보도 문제는 구조적 문제에서 기인]

저는 왜 이런 일이 벌어질까라는 이야기를 해보면요. 기자들이 특정 사상이나, 기업에 편향적인 가치를 갖고 있다 이런 게 아니라 구조적인 문제가 있고 그 구조적 문제를 구체적으로 말씀드려볼까 합니다. 먼저 출입처 시스템인데요. 현재 기사작성 관행이 출입처와 보도자료를 토대로 하고 있는데 산업이나 기업 관련 출입하고 있고 거기서 보도자료를 받고 있으면 거기에 관해서 기사를 쓰기가 너무 수월하죠. 통계가 계속 제공되고 보도자료가 계속 제공이 되고 있으니까 거기 관련해서 기사 쓰는 건 너무 당연한데. 마땅한 보도자료, 출입처, 통계자료가 없는 일반 시민들 이야기나, 저소득층 이야기에 대해서 기사를 쓰려면 품이 많이 듭니다. 그런 것에 대해서 기사를 쓰지 않아야 한다는 의지를 갖고 있거나 의도적인 편향성 문제가 아니라 물리적, 실무적으로 많은 시간을 들여 취재, 탐사를 해야 하기 때문에 구조적인 문제다라고 생각합니다.

그리고 보도자료와 출입처로 대변되는 구조적 문제도 있지만 상업적 문제도 있죠. 제목만 봐도 클릭하고 싶게 만드는 형용사들 그런 것들이 많고. 광고와 결합된 사례도 있다 생각되고요. 문제는 이런 상업적 내용을 어젠가요, 어제 뉴욕타임즈 CEO가 문제가 됐어요. 그 CEO가 8년 동안 있었는데 8년 동안 뉴욕타임즈 주가가 8배가 올랐다고. 어마어마한 상업적 성공을 가진건데요. 그 비결은 디지털 유료독자라는데 엔 이견이 없죠. 광고가 아니라 유료로 디지털 독자 확보해 그 결과 뉴욕타임즈 주가 총액이 8배나 올랐다는 어마어마한 상업적인 성공 요인이라고 하는 건 이런식의 낚시성 기사를 예로 들 수 있겠습니다.

해결방안이라기 보다는 발제문에서 제안하신 '지면배치'에 대한 논의가 바람직하다고 생각하는데요. 지면배치에 따라서 기사의 형식적인 형태가 반복되는.. 이런 관행이 개선이 필요하다고 보고요. 앞서 예로 든 뉴욕타임즈도 온란인으로 전환되면서 지면배치가 가지는 의미가 없어지고 있기 때문에, 각 지면이 갖는 한계를 극복해 나가는데 바람직합니다.

공론장으로 되어야 한다는 문제제기 하셨는데 모두가 동의하죠. 어떻게 가능하게 할 것인가. 기본을 잘 봤으면 좋겠습니다. 기본은 공론장이 되기 위해서 중요한 아젠다가 뭐인지 탐구하고 예를 들어서 경제기사는 기본적인 개념부터 이야기가 되어야 해요. 개인적으로 경제기사 중 틀린 기사를 미디어오늘에 칼럼형식으로 기고하고 있는데요. 한 번도 소재고갈에 시달려 본 적이 없어요. 물반 고기반 이에요. 이번에 발제를 준비하면서 <부산일보>, <국제신문>의 경제기사를 좀 봤는데요. 경제기사의 가장 기본인 성장률에서 부터 개념을 오용하는 사례가 있는데, 부산지역 언론도 틀렸을 것이라 생각했는데 부산일보는 틀린 기사가 없는 것 같아요. 신입 경제기자들에게 신입교육 잘 시킨 것 아닐까 하는. 근데 국제기사는 혼동이 있더라고요. 경제출입기자가 아니라 국제뉴스에선 혼동이 있더라고요. 또 적자국채와 국채는 완전히 다른 개념인데 그냥 국채라고 쓰면 될 걸 적자국채라고 쓰는 경우가 왕왕 있더라고요. 두 용어는 전혀 다른 개념입니다.

경제기사 중 한 예를 들어보면요. 추경이 지금까지 1차, 2차 나왔는데 맥락 속에서 경제정책을 설명하는 기사가 잘 없습니다. 재정의 의미, 정부부채의 의미, 재정을 늘리는 것의 의미 등 그리고 각 추경의 핵심 사업이 무엇인지, 1차와 2차의 차이가 무엇인지에 대해 제대로 알고 있는 시민이 얼마나 있을 것인지... 각 추경의 핵심을 언론이 아젠다로 내세울 수 있어야 하는데 그런 역할을 한 언론이 얼마나 있는가 하는데서 저는 좀 회의적입니다.

제가 말하고 싶은 핵심은요, 경제 기사의 본질적 문제에 대해서는 언론이 말하고 있지 못하다. 기본에 충실하는 게 중요하다는 생각을 하며 발제를 마칩니다.

- 김유진(사회자)

말씀 중 공통적인 게 어려운 전문용어와 수치들을 뚫고 들어가 핵심 본질을 독자에게 전달하는 쉽고 명쾌한 경제기사에 대한 갈증이 있을 것 같아요. 이게 가능할지 언론사의 노력과 변화에 대해서 이야기 들어보겠습니다. 현장의 어려움과 경제부 기자의 고민을 듣습니다. KBS부산의 공웅조 기자님 말씀 들어보겠습니다.

- 공웅조(KBS부산 기자)

[출입처 관행]

KBS에서 경제를 맡고 있는 공웅조 기자라고 합니다. 제가 총선 끝나고 토론회, 총선보도에 대한 반성의 의미를 담은 토론회에 참석을 했었는데 그때 당시에는 제가 정

치부 기자였고 지금은 제가 경제부 팀장이어서. 그 당시에도 총선보도가 시민의 관점이 아니라 기자들의 관점에서 보도를 해서 저희가 잘못했습니다. 이렇게 말씀 드렸는데. 불과 5개월 만에 이 자리에 나왔다는 거만 봐도 이걸 서울, 지역이 다 마찬가지로 지만은 기자들이 한 분야에서 전문성을 갖추고 일할 수 있는 구조가 안 되어 있다는 게. 여러 가지 이유가 있습니다. 저희가 출입처라고 이야기 하는데, 한 출입처에 오래 있다 보면 결탁을 하거나 기관에 이득이 되는 기사를 많이 쓸 것이다. 지금은 그런 게 없음에도 불구하고 기자들이 1,2년을 넘기지 못하고 출입처를 옮겨 다니는 관행으로 되어 있어서 특히 경제분야 같은 경우는 기자들이 급하게 나오는 보도자료에 대해서는 100% 이해하지 못한 상황에서 기사를 쓰게 되는 경우가 많다. 시청자들이나 독자들께서는 기자가 전문가라고 아시고 기사가 전문성을 가지고 신뢰할 수 있다고. 물론 요즘에는 생각들이 많이 바뀌긴 했지만 그래도 기사에 나오는 거 보면 주변 사람들에게 알려주기도 하고 그러시잖아요. 기사에 이렇게 나왔더라, 이렇게 이야기 하시는데. 정작 기자들이 그 자료들을 꼼꼼히 읽고 기사를 쓰기까지 충분한 시간이 있었는데, 라는 반성을 하게 됩니다. 이런 부분이 개선이 되어야 할 텐데 아직까진 안 되고 있습니다.

[느슨한 통계자료, 방송영상에 부적합해]

제가 준비한 걸 간단히 말씀드리면요. 기자들이 결국은 기억해야 할 부분이, 출입처 제도에 대해서 여러 이야기가 오갔습니다마는 관행이 바뀌지 않는 상황에서 기자들이 출입처에서 나온 통계자료들, 단편적인 자료들과 보도자료를 가지고 기사를 쓰게 되면 결국은 현장의 목소리를 결코 담을 수 없게 되고. 결국은 기업의 입장을 대변할 수밖에 없는 상황이 반복되게 되는 게 있다. 그래서 경제기사가 힘을 잃게 되는 경우가 많다는 생각이 듭니다. 그리고 어렵다. 남 이야기 같다고 이야기 해주신 게 금방 말씀드린 것과 일맥상통하는데 쉽게 쓸 수 있거든요. 저희도 9시 뉴스만 있는 게 아니고 라디오 뉴스도 있고 시간 때마다 뉴스가 있잖아요. 근데 기사를 써야 합니다. 자료는 나와 있고. 빨리 써야 하는데 그것을 온전히 이해하고 일반시민들이 통계라든가 자료들이 어떤 영향을 미치는지에 대해서 취재를 하려면 최소한 몇 시간이 소요되는데 근데 기사는 빨리 써서 출고해야 뉴스에 나갈 수 있으니까. 그렇다보니 베끼는 수준은 아니더라도 보도자료, 통계 요약하는 수준에서 기사를 출고하게 되는 경우가 많다. 그렇게 되면 보는 사람도 이해를 못하고 쓰는 사람도 이해를 못하는 결국은 기사 자체가 생명력을 잃게 되는 그런 경우가 꽤 오랜 시간 이어져 왔고 저 또한 마찬가지라는 생각이 듭니다. 그래서 9시 뉴스는 거의 다 제가 쓴 기사였을 텐데, 51건으로 경제기사를 카운트 하셨던데 아마도 제가 쓴 기사가 적어도 10개는 될 텐데.

카운트가 안 된 경우는 아침뉴스나, 라디오 뉴스겠죠. 메인뉴스라고 할 수 있는 9시 뉴스가 로컬뉴스가 14분밖에 안 돼요. 13,14분인데 그중에서 어려운 경제 기사를 보시고 싶어 하는 분은 많지 않아요. 특히 잘 풀어쓰지 않는 이상, 그런 기사는 보도 가능성이 높지 않고. 또 방송 뉴스의 특성상 생생한 화면이 아니라 굉장히 느슨한 자료 화면을 가지고 기사를 만들어서 방송을 내야 하는데 요즘엔 그런 것을 원하지 않거든요. 보시는 분들도. 그래서 경제 기사들이 시청자도 싫어하다 보니 편성에서도 빠지게 되는 경우가 많고. 그러다보니 아침뉴스나 사람들이 잘 안보는 시간대로 옮겨가는 경우가 많습니다.

노동자들이 그러니까 뉴스를 보는 사람들이 이해할 수 없는 기사를 쓰는 건 사실 전파낭비거든요. 오늘 해주신 이야기들, 고용유지지원금을 비롯해 제가 돌아가서도 동료 기자들과 나누겠습니다. 오늘 지적해 주신 바대로 기자들도 공부를 해야 하는데 요즘에는 언론진흥재단 이런데서 이런 교육들이 있는데 바빠서 저희가 가지를 못해요. 회사에서도 잘 안보내주고. 최소한 경제를 담당하는 기자라면 회계 정도는 잘 읽고 해야 하는데 전문가는 아니지만 그래도 준전문가 정도는 되어야 비판할 수 있는데. 사실상 오랫동안 그 분야를 공부해 온 기자가 아니라면 사실은 여러분들에게 질문을 구해야 기사를 쓸 수 있는 현실입니다. 그런 부분이 부끄럽긴 한데, 노력을 해야 하지 않겠는가라는 생각을 합니다.

[현상나열에서 벗어난 솔루션저널리즘 필요]

제가 준비한 건 간단히 말씀드리면요. 방송뉴스에서 취약계층, 사회적 약자에 대한 보도들이 간간히 나왔습니다. 특수고용노동자, 생계비 지원을 받는 분들 나오긴 했는데, 저희가 취재를 하다보면 그걸로 끝나는 거죠. 힘들고, 어렵고, 막막하다. 지금까지 이런 형태로 보도가 이뤄져 왔는데 앞으로도 그럴 것 같은데. 저희가 부끄러운 게 사회복지연대에 제가 직접 취재는 안했습니다만 아마 후배기자들도 연락을 드려서 어려운 상황에 있으신 분들 소개를 해주십사, 연락처 좀 주십사 부탁을 많이 드렸을텐데 거기서 그치는 경우가 대부분일 겁니다. 예를 들어서 긴급재난지원금이 지급되고 나서 그 돈이 어떻게 쓰였고, 그분들이 소액을 받아서 그 이후에 2,3달 이후에 생계에 어떤 문제에 처해있는지. 예를 들어 폐지를 수집하시는 노인분들이 지금은 아마 더 힘들 것인데, 그걸 이야기 하는 것으로 그치고 나면 보도가 무슨 의미가 있겠나 싶어서. 이렇게 생각을 해봤어요. 저희가 솔루션저널리즘이라는 개념이 있는데 방송이나 신문이 어떤 현상을 보여주는데서 그치는 건 시청자나 독자가 원하는 수준을 넘어섰습니다. 굳이 언론사가 아니더라도 시민들도 충분히 언론의 역할을 할 수 있고 현상이라면 직접 찍으셔도 되고 글을 쓰셔도 되고. 네이버나 포털 각종 플랫폼을 통해

저희가 충분히 알 수 있기 때문에 언론사가 이해관계가 충돌하는 그런 기관들 사이에서 중재하고 답을 찾는 과정을 주도해야 하는 역할을 해야 하지 않는가. 그게 솔루션 저널리즘이라는 개념으로. 여러 군에서 논의가 되고 있기도 한데. 이제는 코로나라는 재난상황, 경제적 위기 상황에서 언론사가 그런 역할을 작지만 해야 하지 않을까.

문제는 그게 있습니다. 일단은 재미가 없다. 시간이 많이 걸린다. 지역에서 하는 게 구조적으로 문제가 있다는 거지만 지금은 그런 대안 말고는 사실 답이 없는 것 같아요. 언론이 외면 받고 있는 상황에서는 그나마 언론이 할 수 있는 건 공론의 장을 만들어서 허심탄회하게 이해관계자들 이야기에서 답을 찾아가는 과정을 언론이 보여주고 그게 문제가 있으면 다른 사례를 들고 와서 힌트를 줄 수 있는 그런 게 필요하지 않나하는 생각을 해요. 그래서 점점 그런 과정으로 가야한다고 생각을 하고요.

[출입처가 아닌 이슈 중심의 취재 관행 만들어야]

마지막으로 출입처 문제는 저희 회사에서 지금 본사에서 출입처를 없애고 이슈 중심으로 팀을 만들어서 예를 들어서 젠더, 성문제가 있을 경우 관심 있는 기자들을 모아가지고 집중적으로 취재하고 빠지고 다른 이슈가 생기면 다시 모으고. 그게 이제 여전히 출입처 중심의 문화가 되다 보니 출입처가 없는 기자들은 정보를 얻을 수가 없어요. 지금 상황에서는. 그래서 사회적으로도 공공정보, 공공데이터에 대한 오픈이 더 강화될 필요가 있고 기자들도 내가 당장 정보를 얻지 못하는 것에 대한 막연한 부담감, 빨리 기사를 써야 한다는 불안감 이런 것들로 부터 자유로워야 하지 않겠는가 특히 경제는 먹고사는 문젠데 경제분야도 그렇고 정치분야도 그렇고. 기자들이 전문가까지는 아니더라도 전문가에 비견할 만한 수준을 갖추 수 있도록 사회양성시스템도 필요하지 않는가 하는 생각을 합니다. 우선 중장기적으로 이렇게 제안을 드리고요. 당장 제가 할 수 있는 일은 저랑 후배들이 통계나 보도자료에 집중하는 게 아니라 현장에 가서 노조의 이야기를 듣고 소상공인을 직접 만나고. 책상에 앉아 있는 것보다 현장의 이야기를 들어서 양적인 기사, 양적으로 통계를 들어서 경향성이 어떻다하는 이야기 보다 질적인 기사를 좀 써보자. 그런 기사를 만드는 게 그나마 지금 언론이 할 수 있는 최대치가 아닌가하는 생각을 해봤습니다. 고맙습니다.

- 김유진(사회자)

이렇게 보니까 저희가 발제에서는 지금 현재 경제보도의 부족한 점, 문제를 말씀드렸는데, 토론을 듣고 보니까 이게 기자의 편향이라든지 작전이 아니라 기사 생산과정에서의 한계. 이런 것들이 주로 지금 나타나는 경제보도 문제의 원인이구나 하는 생각을 했어요. 사실 저희들은 그런 구조를 흔들어 보는 것도 필요하다는 생각을 했

었는데. 예를 들어, 일간지는 하루에 사회기사 몇 건, 경제기사 몇 건 이렇게 채우셔야 한다고 했는데 그래서 바쁘고 미처 이해하기도 전에 생산해야 하는 한계가 있다고 하셨는데. 그럼 경제면에 기사를 하루에 한 두건만 쓸 순 없을까. 그리고 쉬운 뉴스, 명쾌한 뉴스를 많이 원하시니까 지금의 현상 말고 그 이전의 배경, 이후의 이야기를 예를 들어서 <KBS부산>은 7시 뉴스가 여유가 있으니까, 독자의 이해를 돕는 설명을 가미해 뉴스를 생산할 수 있지 않을까하는 지금까지의 기사 생산 방식의 틀을 흔드는 것도 생각해 볼 수 있겠다,라는 생각을 하긴 했습니다. 아마 그런 것도 독자들이 경제뉴스에 이런 이런 개편이 필요하다는 의견을 모아서 집약 언론사 내부에서도 조직 개편이나 취재관행 문제에 대한 논의할 수 있지 않을까하는 생각이 들기도 했습니다.