

지역방송발전지원 특별법 제정 10년, 무엇이 달라져야 하는가

김희경
미디어미래연구소 연구위원

목차

- 1 들어가며
- 2 지역방송발전지원 특별법의 문제와 한계
 - 1) 지역방송 재원
 - 2) 지역방송발전지원계획 수립과 지역방송발전위원회 운영
 - 3) 방송통신위원회 지역미디어정책과 운영
- 3 지역방송발전지원 특별법 및 지역방송 개선 방안
 - 1) 재원 확보
 - 2) 지역방송발전위원회 업무의 확대
 - 3) 지역방송 아카이브 구축
 - 4) 지역방송 콘텐츠 유통센터 설립 지원
- 4 나오며

요약

2014년 6월 3일 「지역방송발전지원 특별법」(이하 ‘지역방송지원법’)이 제정되면서 지역방송의 법적 정의와 자율성 보장, 공적 책무 수행에 대한 법적인 토대가 마련된 바 있다. 그러나 제정 초기부터 지역방송지원법은 본래 취지인 재정적 지원은 물론, 지역방송발전지원계획을 심의하고 평가하는 지역방송발전위원회의 한계 등으로 많은 비판을 받아왔으며, 제정 10년 후인 현재까지도 그 실효성에 의문을 제기하는 비판으로부터 자유롭지 못한 것이 사실이다.

외·내환의 위기 속에 지역방송지원법이 지역방송에 특별한 의미를 가짐에도 불구하고 무엇이 문제이고, 어떻게 개선되어야 하는지 살펴봄으로써 지역방송지원법 제정 10년의 평가와 반성, 개선 방안을 동시에 모색하고자 한다.

1. 들어가며

지역방송이 한국 사회의 주요 담론으로 떠오르기 시작한 것은 1994년 구 방송위원회 내부에 설치된 ‘공영방송발전위원회’와 ‘지역방송발전위원회’와 같은 특별위원회의 활동과 제안에서 비롯되었다. 보다 구체적인 정책목표나 방향이 제시된 것은 2003년 이후 민주화와 지방자치제, 풀뿌리 민주주의로 칭해지는 지역 단위의 정치 체계가 성립되고, 그에 부합하는 지역 정보와 문화, 지역언론의 수요가 제고되면서부터이다(정상윤, 2009).

그러나 이후 20년간 전국 사업 단위의 매체로서 위성방송, 인터넷멀티미디어방송(이하 ‘IPTV’), 종합편성 PP 등이 순차대로 등장하고, 글로벌 단위 수준의 OTT가 시장에 진입하면서 지역분권이나 지방자치에 대한 논의는 점차 사라지고, 지역방송은 존재 위기에 내몰리는 실정이다. 디지털 기술과 IP로 수렴되는 네트워크의 발달, 모바일과 스마트 터미널로 연동되는 단말기의 변신으로 미디어 시장은 이미 넷플릭스와 유튜브를 위시한 OTT 및 FAST의 전성시대가 되었으며, 오래전부터 인터넷으로 이동한 광고시장은 전국을 커버하는 중앙 지상파방송사의 몰락과 함께 유료방송 시장과 홈쇼핑 시장까지 압도하고 있다. 바야흐로 ‘방송’이라는 타이틀로 미래를 향해 나갈 수 있는 매체는 부재하며, 지역방송이 설 자리는 더욱 협소해진 것이 사실이다. 미디어 환경의 급변속에 실속보다 허울이 앞선 ‘균형 발전’과 ‘매체 다양성’, ‘풀뿌리 민주주의’는 이제 낡은 구호에 지나지 않고 지역방송은 그 격랑의 파도를 견디지 못하고 고사하고 있다.

지역은 방송권역에 따라 상황이 다르지만 지역 매체의 난립 현상이 두드러진다. 시·도를 중심으로 지상파방송과 종합유선방송(이하 ‘SO’), 위성방송, IPTV와 중계유선방송(이하 ‘RO’)이 공존하고, 중앙 일간지와 전문지, 지역 일간지와 지역 전문지 등이 하나의 시장에서 시청자와 구독자를 놓고 치열히 경쟁한다. 지역 경제규모로 볼 때 매체 수는 많고, 매체 운영에 필요한 광고 시장은 협소한데, 그마저도 인터넷 시장으로 광고주가 이동하며 지역 매체는 규모와 경영의 영세성을 벗어나기 어려운 구조다.

상황이 이렇다 보니 지역방송은 경영상의 고려가 우선되어 지역 현안에 대한 밀착 접근이 어렵고(지역 이슈는 대중적이지도, 상업적이지도 않다), 현안을 제대로 다루지 못하다 보니 지역민에게 외면당하고, 지역민의 외면은 지역방송의 자립을 위한 물질 기반으로 작용하지 못해 다시 중앙의 이슈를 다루는 악순환이 반복되고 있다.

2. 지역방송발전지원 특별법의 문제와 한계

1) 지역방송 재원

지역방송지원법을 논의할 때 비교가 되는 것은 2010년 제정 이후 연장 적용되고 있는 「지역신문발전지원 특별법」(이하 ‘지역신문지원법’)이다. 하지만 지역방송 지원 예산은 지역신문과 달리 별도의 기금 설치 관련 조항 없이 일반 기금인 방송통신발전기금(이하 ‘방발기금’)에서 지원되고 있다(지역방송지원법 제7조제4항). 당시 지역방송지원법 원안인 신경민 의원 안에는 지역방송발전기금을 별도로 설치하는 내용이 포함되어 있었으나, 결과적으로 관련 조항이 빠지고 방발기금에서 지원하는 방안이 마련되었다. 일반 기금은 재량적 예측이 어렵고 증량도 상대적으로 어렵기 때문에 지역방송의 건전한 발전 기반을 조성할 수 있을지에 대한 우려가 끊이지 않았던 것이 사실이다(조항제, 2015).

이와 같은 우려를 반증하듯 방발기금에서 지역방송에 매년 40억 원에서 45억 원의 예산이 편성됐지만 이 예산은 10년째 거의 유사한 수준에서 제자리걸음이다. 해당 금액은 지역방송사당 1억 5000만 원도 안 되는 금액으로서 콘텐츠를 제작하기에는 턱없이 부족한 규모다. 재정난 속에서 제작비 지원도 부족하다보니 지역방송사에서는 비용을 절감하기 위해 주말뉴스에 AI 아나운서를 도입하고 있는 추세다. 하지만 사전에 제작된 AI 아나운서 화면과 리포트를 송출하게 되면 재난이나 긴급 사태에서는 대응이 불가능하고, 이 피해는 고스란히 지역민에게 돌아갈 것이라는 우려가 제기되고 있다.

이와 같은 문제는 결국 법 제정 초반에 빠진 기금 설치 조항에서 기인하는데, 지역신문지원법의 경우 기금의 설치와 조성, 기금의 관리 및 운용, 기금의 용도, 기금의 지원 등 지역신문에 대한 재정 지원을 구체적으로 조문화하고 있지만 지역방송지원법에는 기금 관련 조항이 부재하다는 점에서 재정적 차원의 지역방송 지원은 법적으로는 전무한 실정이다.

우선 지역신문지원법은 정부의 출연금 등으로 기금의 설치와 조성을 공식화하고, 문화체육관광부(이하 ‘문체부’) 장관이 이를 관리·운용하도록 규정하고 있다. 기금의 용도는 지역신문의 경영 여건 개선, 유통구조 개선, 인력양성 및 교육·조사·연구, 지역신문의 정보화 지원, 기타 지역신문의 경쟁력 강화와 공익성 제고를 위해 필요한 사업 등으로 분류하고 있다. 물론 이와 같은 기금 지원에 대한 기준과 함께 의무 사항도 존재한다. 문체부는 지원 대상 선정 당시 1년 이상 정상적으로 발행하고, 광고 비중이 전체 지면의 1/2을 넘지 않

아야 하는 등 기금의 지원 자격을 규정하고 있으며, 지원을 받고자 하는 신문사는 전년도 경영 실적과 재무상태, 그 밖에 대통령령이 정하는 사항을 문체부 장관에게 제출해야 한다.

이와 같이 지역신문지원법은 기금에 대한 명확한 설치와 조성, 용도를 규정하여 지역신문의 실질적인 지원이 가능하도록 지원하고 있으며, 이를 통해 지역신문의 발전을 꾀하는 물질 기반으로 작용하고 있다는 점을 파악할 수 있다.

[표 1] 지역방송지원법과 지역신문지원법의 기금 관련 조항

항목	지역방송지원법		지역신문지원법	
	조항	내용	조항	내용
기금 설치 및 조성	—	—	제13조 제1항 제2항	<ul style="list-style-type: none"> 지역신문의 발전과 지원을 위한 기금 설치 지역신문 기금의 재원
기금 관리·운용	—	—	제14조 제1항	<ul style="list-style-type: none"> 기금 관리의 주체 명시
기금 용도	—	—	제15조 제1호 ~ 제5호	<ul style="list-style-type: none"> 경영 여건 개선 지원 유통구조 개선 지원 인력양성 및 교육·조사·연구 지원 정보화 지원 기타 경쟁력 강화 및 공익성 제고
기금 지원	—	—	제16조 제1항 제2항 제3항 제5항	<ul style="list-style-type: none"> 선정 당시 1년 이상 정상적으로 발행 광고 비중이 전체 지면의 1/2 이상을 넘지 않을 것 한국ABC협회에 가입할 것 지배주주, 발행인, 편집인이 금고 이상의 형을 선고받지 않을 것 전년도 경영실적, 재무 상태와 그 밖의 사항을 문체부 장관에게 제출 문체부 장관은 편집자유권, 재무건전성 등의 확보 등 일정한 요건을 갖춘 사업자에 대해 우선 지원 기금 지원 외 목적 용도에 사용 금지
공표 및 결과 보고서	—	—	제17조 제1항 제2항	<ul style="list-style-type: none"> 문체부 장관의 기금 지원사업 평가 및 감독, 공표 의무 기금 지원 대상자의 사업결과 보고서 제출 의무

2) 지역방송발전지원계획 수립과 지역방송발전위원회 운영

현행 지역방송지원법상 방송통신위원회(이하 ‘방통위’)는 3년마다 지역방송발전지원계획을 수립·시행하도록 규정되어 있다. 지역방송발전계획은 지역방송의 경영 개선이나 경쟁력 제고, 유통 활성화, 광고 체계 개선, 인력양성 지원 등 다양한 분야에 걸쳐 수립하고 시행하도록 규정되어 있지만 일반 기금으로 편입된 재원 축소의 문제로 제작비 지원도 한

계에 봉착해 있다. 이로 인해 정기적인 연구조사나 지역방송 종사자들의 의견 수렴 등으로 특정 어젠다를 선정하고, 지역방송발전위원회(이하 ‘지발위’)는 이를 심의, 평가하는 것에 그치고 있어 지원계획 선정과 실행에 의구심이 제기되는 실정이다.

[표 2] 지역방송지원법과 지역신문지원법의 발전지원계획과 위원회 관련 조항

항목	지역방송지원법		지역신문지원법	
	조항	내용	조항	내용
발전 지원 계획 수립	제7조 제1항	• 방통위는 3년마다 지역방송발전지원계획을 수립 · 시행	제6조 제1항	• 문체부는 위원회의 의견을 들어 3년마다 지역신문의 발전지원계획을 수립 · 시행
	제7조 제2항 제1호 ~ 제9호	<ul style="list-style-type: none">• 언론자유 증진과 자율성 보장• 발전지원의 기본방향• 중장기 및 연도별 지원계획• 지원을 위한 재원 확보 및 배분• 경영개선을 위한 기반조성 지원• 조사 · 연구 · 기술개발 · 교육 및 인력양성 지원• 지역방송 광고체계 개선 방안, 광고 · 편성 · 협찬 관련 규제 개선 방안• 경쟁력 제고 및 국내외 유통 활성화• 경쟁력 강화를 위한 평가, 분석 및 통계	제6조 제2항 제1호 ~ 제5호	<ul style="list-style-type: none">• 지역신문의 언론의 자유 증진과 자율성 보장• 지역신문의 발전을 위한 중장기 및 연도별 지원계획• 지역신문의 유통구조 개선• 조사, 연구, 기술개발, 교육 및 인력양성 지원에 관한 사항
	제7조 제3항	• 지역방송발전지원계획을 수립 · 시행하기 위해 필요한 사항을 시행령으로 지정		
	제7조 제4항	• 재원은 방송통신발전기금을 활용		
	제7조 제5항	• 지원 목적 외의 용도에 기금의 사용 금지		
	제7조 제6항	• 기금 지원 제한 조건		
	제7조 제7항	• 방통위원장의 지역방송지원계획 수립을 위해 중앙행정기관의 장 및 "시 · 도지사"의 의견 수렴 의무		
	제7조 제8항	<ul style="list-style-type: none">• 발전지원계획은 자발위의 심의 의무• 방통위원장은 발전지원계획을 관계 중앙행정기관의 장과 시 · 도지사에게 통지 의무		
위원회의 설치	제9조	• 방통위에 위원회 설치	제7조	• 문체부에 위원회 설치
계획	제11조 제1항 제1호 ~ 제7호	<ul style="list-style-type: none">• 발전지원계획 및 주요 지원 정책의 심의와 평가• 전국적 유통 기반 마련을 위한 시책의 평가• 교육 · 연구 및 조사• 지역방송사업자, 유관 단체의 의견 수렴 및 지역방송 제도 개선 방안 마련• 방발기금 지원이 필요한 사업의 발굴• 지역방송의 허가 및 재허가에 필요한 자료 수집• 기타 목적수행을 위하여 필요한 사항	제9조 제1항 제1호 ~ 제8호	<ul style="list-style-type: none">• 지역신문 발전지원계획 수립 의견• 지역신문 발전지원의 주요 시책 평가• 기금 조성과 운용에 관한 기본계획 심의• 기금 지원 대상의 선정 및 지원 기준에 대한 심의• 기금 지원 대상의 심의 및 실제 조사• 교육 · 연구 · 조사• 업무의 협력 · 조정

특히 이 과정에서 지발위의 기능과 형식적 운영도 문제로 지적되고 있다. 지발위의 기능은 지역방송발전계획의 심의와 평가 그리고 주요 정책에 대한 평가에 한정되어 있다. 그나마 관련 어젠다는 한정되어 있고, 해당 어젠다를 심의하고 평가하는 자리는 한 달에 한 번 형식적으로 개최되어 지역방송 발전을 위한 구체적인 논의가 부재한 실정이다. 즉 단순 심의 위주로 운영되는 지발위의 성격상 새로운 발전 계획이나 정책 제안을 위원들이 제시하기 어려우며, 설령 제시된다 하더라도 관련 어젠다가 심의 대상이나 평가에 포함될 수 없는 구조다.

지발위의 기능을 단순 심의와 평가에 한정하는 것이 지역방송발전계획에 대한 제안과 함께 지역방송 현실에 따라 변하는 주요 정책적 사안이나 제도를 제안하고 이를 방통위 정책과 법제도 개선에 반영할 수 있도록 하는 방안이 필요하다.

3) 방송통신위원회 지역미디어정책과 운영

지역방송지원법의 운용과 관련 정책은 방통위의 지역미디어정책과에서 수행하고 있다. 현재 2인 체제이면서 위원장 탄핵 사태로 직무 대행 체제인 방통위 거버넌스의 부재를 차치하고서라도 지역방송 지원을 다루는 지역미디어정책과의 인력 한계는 여전히 문제로 지적된다. 과장을 포함한 지역미디어정책과 9인 체제에서 지역방송 담당자는 2명에 불과하고, 나머지 6인은 시청자 권익, 시청자미디어재단과 미디어 교육 업무를 수행하고 있다. 시청자미디어재단 운영과 지원을 위해서만 3명이 담당하는 것과 대조적이다. 업무의 경중을 떠나 지역방송 담당자는 DMB 업무도 중복해서 담당하고 있어 지역방송에 대한 방통위의 업무 비중을 가늠할 수 있는 척도가 되고 있다.

이로 인해 3년마다 변경되는 지역방송발전계획이 외부 인력의 일시적인 연구에 의존될 수밖에 없으며 제대로 된 현장조사의 부재를 초래한다. 또한 지역방송 종사자들과 연구자들의 의견이 제대로 청취되지 않아 실효적인 발전계획을 위한 어젠다 채택이 불가능한 실정이다. 이러한 인력과 비용의 한계는 현행 지발위 회의가 한 달에 한 번 형식적으로 운영될 수밖에 없는 결과를 초래하고 있다.

이와 같은 문제는 결국 전체 예산과 인력 배분의 문제 등 방통위 거버넌스와 기능, 재정 문제와 같은 거시적인 운영 구조와 연계되므로 본고에서 집중적으로 논의될 사안은 아니다. 다만 지역 균형 발전과 지역방송의 장기적인 중요도를 가늠할 때 향후 체계적으로 논의되어야 할 부분으로 지적된다.

3. 지역방송발전지원 특별법 및 지역방송 개선 방안

1) 재원 확보

현행 지역방송지원법상 가장 큰 문제는 재원의 확보다. 기금의 설치와 운영에 대한 조항이 부재한 상태에서 방발기금과 같은 일반 기금에 의존하는 현재의 운영 방식은 예산의 확대를 기대하기 어려울 뿐만 아니라 다른 사업의 변화에 민감하게 반응하여 축소 조정될 수밖에 없다. 이와 같은 문제를 해결하기 위해서 현행 지역방송지원법 제4조 국가 및 지방자치단체의 책무 조항¹⁾을 지자체 조례 제정에 반영하는 방안을 적극 검토할 수 있다.

먼저, 강원도의 ‘지역언론 발전 지원 조례’(강원특별자치도조례 제5301호, 2024.5.10.)²⁾ 제정과 같이 법적으로 명문화된 지자체의 지역방송 지원도 검토할 필요가 있다. 해당 조례안

1) 제4조(국가 및 지방자치단체의 책무) ② 국가 및 지방자치단체는 지역방송의 육성과 지원을 위한 시책을 실시하기 위하여 필요한 법제·재정·금융상의 조치를 할 수 있다.

2) 제4조(보조금 지원) ① 도지시는 다음 각 호의 사업을 하는 지역언론사업자에게 예산의 범위에서 필요한 비용을 지원할 수 있다.

1. 지역언론의 경쟁력 강화와 지역 발전을 위한 콘텐츠 제작
 2. 지역언론 발전을 위한 인력양성과 교육, 조사·연구
 3. 강원특별자치도민의 미디어 역량 강화
 4. 지역언론 소외계층의 구독·시청 등 지역언론 접근을 위한 지원
 5. 강원자치도에 있는 학교(「초·중등교육법」 제2조 에 따른 학교를 말한다)를 대상으로 하는 신문활용교육(NIE). 이 경우 지역신문을 함께 활용하는 교육에 한정한다.
 6. 그 밖에 지역언론의 경쟁력 강화와 공익성 제고 등을 위해 도지사가 필요하다고 인정하는 사업
- ② 제1항에 따른 지원대상은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지역언론사업자로 한다.
1. 제2조제4항제4호나목에 따른 자 중에서 다음 각 목의 요건을 모두 갖추고 있는 자
- 가. 강원자치도에 본사 또는 주된 사무소가 있을 것
 - 나. 지원대상 선정 당시 계속하여 1년 이상 정상적으로 발행할 것
 - 다. 광고비중이 전체 지면의 2분의 1 이상을 넘지 않을 것
2. 제2조제4항제4호나목에 따른 자 중에서 지원대상 선정 당시 계속하여 1년 이상 정상적으로 방송을 송출하는 자
- ③ 도지시는 제1항에 따른 지원을 하려면 제5조에 따른 강원특별자치도 지역언론발전위원회의 심의를 거쳐야 한다.

은 2022년에 제정되어 운영되어 오던 ‘지역신문발전지원 조례’와 ‘지역방송발전지원 조례’를 통합한 것으로 지역언론의 건전한 발전 기반 조성에 필요한 사항을 규정하고 있다.

도에서는 기존에 신문과 방송으로 나뉘어져 있던 조례를 근거로 지원 사업을 매년 실시해오고 있었으나, 별도로 구성된 위원회는 불필요한 재정 부담이 발생하고 지원 비중 확대를 위해 서로를 견제하는 등 운영상 비효율적이라는 지적이 있었다. 이를 개선하기 위해 지역신문과 지역방송 지원 조례를 통합한 것으로 향후 다른 지역의 참고 모델이 될 수 있다는 점에서 의의가 크다.

물론 지자체의 지원이 협찬과 같은 역기능으로 작용해서 자칫 지역방송 보도의 공정성과 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있다는 점에서 우려의 목소리가 없는 것은 아니다. 그러나 이와 같은 문제는 제도적, 법적 보완 장치의 마련을 통해 해결할 수 있다는 점에서 향후 본격적인 논의가 필요한 부분이다.

두 번째 제시할 수 있는 대안은 지역방송이 납부하는 방발기금을 지역방송지원법에서 운영하는 기금으로 전환하고 이를 관리할 지역방송재단을 설립하는 방안이다. 기금을 지원하기 위해 별도의 기금 설치법을 제정하기보다는 현행 지역방송지원법에 기금 설치와 관련된 조항을 개정하는 방안을 검토할 수 있다.

[표 3] 지역방송지원법 재원 확보를 위한 개선안

조항	개정 전	개정 후
제7조 지역방송발전 지원계획의 수립	④ 지역방송발전지원계획의 수행을 위한 재원은 「방송통신발전 기본법」에 따라 조성·운용되는 방송통신발전기금을 활용할 수 있다 (산설)	④ 지역방송발전지원계획의 수행을 위한 재원은 제2조 제1항제2호의 사업자들이 부담하는 「방송통신발전기본법」의 방송통신발전기금을 활용할 수 있다. ⑤ 기금의 운용과 관리를 위해 지역방송재단을 설립할 수 있다. 지역방송재단의 운영은 대통령령으로 위임한다.

2) 지역방송발전위원회 업무의 확대

지발위 위원들의 의견이 지역방송발전계획에 반영되고 이에 대한 숙의가 충분히 이루어지기 위해서는 지발위 위원들의 제안과 결정이 방통위 주요 정책에 반영되는 구조를 마련할 필요가 있다. 이를 위해서는 현행과 같이 심의와 평가만 단순하게 수행하는 업무에서 벗어나 적극적으로 어젠다를 발굴하고 결정할 수 있는 권한을 지발위 위원들에게 부여할 필요가 있으며, 개선안은 다음과 같이 제안할 수 있다.

[표 4] 지역방송지원법상 지역방송발전위원회 업무 확대를 위한 개선안

조항	개정 전	개정 후
	제11조(위원회의 직무 등) ① 위원회는 다음 각 호의 직무를 행한다.	제11조(위원회의 직무 등) ① 현행과 동일
제2조 정의	1. 지역방송발전지원계획 및 지역방송에 관한 주요 지원 정책의 심의와 평가	1. 지역방송발전지원계획 및 지역방송에 관한 주요 지원 정책의 제안 과 심의, 의결
	2. 지역방송의 전국적 유통기반 마련을 위한 시책의 평가	2. 지역방송의 전국적 유통기반 마련을 위한 제안 과 시책의 평가, 의결

3) 지역방송 아카이브 구축

지난 1월 24일 방통위는 지역밀착형 콘텐츠 경쟁력 강화, 지역방송의 소통·협력 강화, 지역방송의 공적 기능 강화, 광고규제 개선 등 안정적 재원 마련 방안 등을 내용으로 하는 <제4차 지역방송발전지원계획(2024년~2026년)>을 발표한 바 있다. 해당 계획안에서 방통위는 ‘지역방송 뉴스 아카이브 구축’을 검토한 것으로 알려졌다.

아카이브 구축은 지역방송사가 뉴스 자료화면 등을 효율적으로 통합 관리하여 뉴스 제작에 신속하게 활용할 수 있도록 하는 사업으로 기초연구를 통해 아카이브 구축의 타당성과 저작권, 필요 예산 등 제반 사항을 검토한다는 내용이다. 해당 사안은 지역방송사들의 오랜 요구사항으로 이번 지원계획에 포함되어 첫발을 내딛게 되었다는 점에서 의미가 크다고 할 수 있다. 그러나 지난 3월 방통위가 발표한 <2024년 주요업무 추진계획>에는 이러한 지역방송 관련 주요 정책 과제가 포함되지 않았다. 방통위가 지역 미디어 정책을 대하는 태도를 파악할 수 있는 대목이다. 본 발전 계획이 실효성을 가지기 위해서는 제대로 된 현장조사는 물론 현재 운영되고 있는 지역 지상파 아카이브 협의체를 확대하여 지역민방과 함께 수요 조사와 실태, 관련 쟁점 파악이 우선되어야 할 것이다.

4) 지역방송 콘텐츠 유통센터 설립 지원

지역방송은 조직이 영세하여 독자적인 콘텐츠 유통과 마케팅을 지원할 수 있는 조직형성이 어렵다. 따라서 정부가 지역방송 콘텐츠 유통센터를 설립하여 지역방송 콘텐츠에 대한 데이터베이스화, 해외 판매 및 홍보, 외국어 자막과 더빙 지원, 국내 유통 창구 확보, 다양한 미디어로 송출 가능한 포맷의 변환 및 가공 등의 지원 업무를 수행할 필요가 있다.

지역방송이 생산한 양질의 콘텐츠를 여타 지역방송사는 물론 이중 플랫폼에 유통 시키거나 해외에 판매하는 데 있어 지역방송은 상대적으로 구조적 한계를 가질 수밖에 없다. 센터 구축 및 운영은 지역방송 활성화 맥락에서 지역방송사들이 분담한 방발기금을 관리하는 지역방송재단(가칭)을 별도의 기구로 운영할 수 있을 것이다.

4. 나오며

지역방송에 대한 위기설이 매년 제기됐지만 방송환경 변화와 지역 콘텐츠에 대한 지역주민들의 관심이 축소되면서 이제는 지역방송이 존재 위기에 처해졌다고 해도 과언이 아니다. 이와 같은 상황에서 지역방송지원법이 가지는 의미는 크지만 기금 설치의 부재나 지발위의 권한 축소 등으로 타당성과 효율성에서 부정적인 평가를 받아 온 것이 사실이다.

더 이상 지역방송지원법의 개정을 늦출 수 없으며, 지역방송의 미래와 비전을 보다 구조적으로 논의해야 할 시점이다.

이를 위해 현행 지역방송지원법을 개정하거나 개별 지자체의 조례를 제정하여 지역방송에 대한 지원방안을 현실화하고, 이를 국가적인 과제로 삼아야 할 것이다. 서울 및 수도권에 집중된 비정상적인 국가자원의 활용과 확산은 지역이 고사하는 현 시점에서 선택의 문제가 아니라 당면하고 필수적인 과제임을 상기할 필요가 있다.

참고문헌

- 김희경 (2017.11.17.). 언론정보학회 가을철학술대회 발표문, 스마트 미디어 시대, 지역방송의 기능과 역할.
방송통신위원회 (2024.1.24.). 〈제4차 지역방송발전지원계획〉.
신태섭, 김재영 (2011). 케이블TV 지역채널의 해설·논평 금지에 관한 일 고찰. 〈한국언론정보학보〉 겨울 통권 56호, pp. 117-131.
정상운 (2009). 지역방송정책 평가연구, 2000년 이후의 로컬리즘 정책을 중심으로, 『언론과학연구』, 제9권제2호, pp. 498-530.
조항제 (2015). 로컬리즘과 지역방송발전지원특별법, 〈지역과 커뮤니케이션〉 19(3), pp. 191-223.