주류언론, 대안언론과 사회갈등

임 영 호 (부산대학교 신문방송학과 교수)

| 요약 |

대안언론의 개념은 사상의 시장이란 이상에서 유래한다고 할 수 있다. 하지만 주류언론과 대안언론의 구분 자체가 바로 시상의 시장 이념이 현실과 어느 정도 괴리되어 있다는 사실을 보여준다. 그래서 대안언론의 문제를 논의하기 앞서 사상의 시장이라는 규범적 가치의 실현을 제약하는 주요 요인들을 살펴보았다. 사상의 경쟁과 시장 경쟁의 상충 기능성이라든가 다양성 이념의 다차원적 성격, 미디어 체제와 사회 체제의 관계 등은 이상과 현실의 복합적인 역학관계를 이해하는 데 필수적인 쟁점들로 들 수 있다.

이러한 요인들을 감안해서 살펴보면 주류언론은 사회 갈등의 재현에서 본질적으로 한계를 지닐 수밖에 없다. 주류언론처럼 시장에서 다수에 영합하려는 한, 시장 경쟁은 사회적 쟁점을 다수와 기득권 체제의 관점에서만 보게 조장하는 검열 기제로 작용할 가능성이 크다. 따라서 대안언론은 시장에서 배제된 소수의 관점과 취향을 반영하거나, 주류의 상업적이고 위계적인 생산방식을 민주화하거나, 시민 참여와 자발성 유도, 교육 기능에 중점을 두어 주류의 한계를 보완하거나 대안을 제공하려 한다. 한국 사회에서도 90년대 이후 다양한 형태의 대안언론이 생겨나 언론 지형의 민주화와 다원화에 기여하고 있다.

하지만 사상의 시장이라는 이상에 비추어 보면 한국 사회의 대안언론 역시 만족스런 대안을 제공하고 있다고 평가하기 어렵다. '오마이뉴스

형’ 시민미디어나 ‘블로그형’ 개인 미디어는 활성화한 반면에, 이념적 차별성을 갖추고 주요 사회집단과 연계된 ‘노동자신문형’ 대안언론이 취약한 것은 눈에 띄는 결함이다. 현재의 대안언론만으로는 주류언론의 일방적인 의제 주도를 견제하기 어렵기 때문이다. 또한 『한겨레』의 사례는 진보성을 표방하는 대안언론이 시장 기제에서 살아남기 얼마나 어려운지 잘 보여준다. 따라서 언론이 사회 갈등 조정에서 제대로 역할을 수행하려면, 다양한 집단들의 목소리를 체계적으로 대변하는 노동자신문형 대안언론이 많이 생겨나 다원적 언론시장을 이룰 수 있도록 해야 한다.

I. 서 론

평화의 이념은 ‘갈등’의 부재나 소멸을 뜻하지는 않는다. 인간 사회에서는 시대와 장소를 불문하고 집단간의 차이와 균열이 생겨나게 된다. 이 갈등은 흔히 희소한 사회적 자원을 둘러싸고 발생하기 마련인데, 이러한 자원에는 경제적, 정치적 자원 뿐 아니라 상징적, 문화적 자원도 포함된다. 문제는 갈등의 발생 자체가 아니라 이 갈등을 어떻게 이슈화하고 평화롭게 해결해나가는가 하는 것이다. 그러기 위해서는 갈등의 근원이 된 이슈가 사회적 의제화해야 하는데, 미디어는 바로 이 과정에서 중요한 역할을 한다. 현대 사회에서 미디어는 갈등을 재현할 뿐 아니라 갈등 자체를 정의하고 규정하는 구실도 한다. 민주주의가 사회적 갈등을 평화적으로 수렴하고 해결하는 제도적 장치로서 존재의의가 있다면, 언론은 이 과정에서 핵심적인 행위자로서 참여하게 된다.

하지만 민주주의 사회에서 실제로 존재하는 언론은 언론의 이상적

모델과 항상 거리가 있기 마련이다. 언론은 규범적 이념으로서 뿐 아니라 사회적 제도로서 현실의 경제적, 사회적 메커니즘에 따라 작동되기 때문이다. 따라서 대안언론의 가능성과 한계라는 문제를 논의하기에 앞서, 언론 이념이 어떤 철학적 기반에 근거하고 있으며 이 이념을 현실에 적용할 때 어떤 요인들을 고려해야 하는지 면밀히 검토할 필요가 있다.

이러한 배경에서 주류언론과 대안언론이 어떻게 정의되며, 특히 주류언론이 사회적 갈등을 재현하는 방식에는 어떤 문제점이 있는지 살펴본다. 만일 민주주의 사회에서 주류언론이 사회 갈등의 수렴 과정에서 제 구실을 못하고 있다면, 대안언론은 어떤 측면에서 대안을 제공할 수 있는가? 대안언론에는 어떤 유형이 있으며, 각 유형은 어떤 가능성과 한계점을 지니는가? 특히 한국 사회에서는 어떤 대안언론이 발달했으며, 각 유형의 특징과 한계는 무엇인가? 대안언론 역시 사회 갈등 해소와 사상의 시장 활성화라는 이상적 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다면 그 이유는 무엇인가? 대안언론의 주변화, '게토화'를 막기 위한 방안으로 대안언론의 주류화는 과연 가능한가? 이 논문에서는 이러한 의문들에 대한 해답을 모색하고자 한다.

II. '사상의 시장' 이념의 딜레마

언론이 사회 갈등을 재현하고 매개하는 과정에 대한 평가에는 가치판단이 은연중에 작용한다. 가령 대안언론에 관한 논의는 이들의 행위가 공동체의 여론 형성에 어떤 영향을 미칠 것인가 하는 규범적 잣대

안에서 이루어지게 마련이다. 하버마스가 말하는 '공공영역'(public sphere)이나 존 밀턴의 '사상의 시장'(marketplace of ideas) 이념이 대표적인 예이다. 그래서 이러한 이념을 현실에 적용할 때 고려해야 할 요인들을 먼저 살펴보는 것으로 논의를 시작하려 한다.

역사적으로 보면 언론에 관한 규범적 이념은 자유주의 사상에서 싹 텄다. 가령 17세기에 밀턴은 대립되는 사상이 자유롭게 경쟁할 때 진리가 형성될 수 있다는 주장을 사상의 시장' 이라는 비유로 표현했다.

> 진리와 거짓으로 하여금 서로 맞붙어 싸우게 하십시오. 자유롭고 공개적인 경쟁에서 진리가 패배하는 일은 결단코 없습니다. 진리의 논박이야말로 최선의 억압이며 가장 확실한 억압입니다 …… 진리가 승리하기 위해서는 정책도 필요 없고 전략도 필요 없으며 검열제 또한 필요 없습니다.[1]

물론 밀턴이 이 주장을 펴면서 사상의 시장이란 용어를 쓰지는 않았다. 하지만 그 후 언론에 관해 나온 어떤 논의든 밀턴이 구상한 이념의 반경에서 크게 벗어나기 어렵다. 존 스튜어트 밀(John Stuart Mill)에서 1980년대 이후의 신자유주의적 탈규제론자에 이르기까지 다양한 사상가들은 밀턴의 이상에 비추어 언론 현상을 보았다. 따라서 다수의 의견을 대변하는 주류 언론뿐 아니라 사회적 소수의 목소리를 대변하는 소수 언론들이 서로 경쟁하는 사상의 시장이 이상적인 것으로 지금도 인

---

1) John Milton, *Areopagitica*: *A Speech of Mr. John Milton for the Liberty of Unlicensed Printing to the Parliament of England* (London, 1644), 박상익 옮김, 『아레오파기티카』 (서울: 소나무, 1999), pp. 108-109.

식되고 있다. 자유주의자뿐 아니라 마르크스주의 성향의 급진적 미디어 비판가들도 밀턴의 비현실적인 낙관론은 거부하더라도 이상 자체는 상당 부분 수용하고 있다.

예컨대, 오스칼 넥트(Oskar Negt)와 알렉산더 클루게(Alexander Kluge)가 주장한 "프롤레타리아 공공영역"(proletarian public sphere) 개념은 주류 언론을 위주로 하는 부르주아 공공영역(bourgeois public sphere)보다는 노동계급의 이익에 기반한 대안 언론 형태에서 공공영역의 가능성을 추구한다.[2] 그람지의 용어를 빌자면 이는 합법적 공간을 활용해 대항 헤게모니를 구축하려는 시도에 해당한다. 이러한 개념들은 시상의 시장이라는 이상 자체를 부정하는 것이 아니라, 그것이 구체화되는 제도적 과정의 비현실성을 반박하고 대안을 모색하려는 것이라 할 수 있다.

주류언론과 대안 언론의 사회적 기능에 관한 논의는 바로 여기서 중요한 시사점을 얻을 수 있다. 즉, 사상의 시장 개념에서 가능성과 한계를 동시에 읽어야 하며 이 양면성을 논의의 출발점으로 삼아야 한다는 것이다. 어떻게 보면 주류언론과 대안언론이라는 구분 자체가 바로 사상의 시장이라는 고전적 자유주의 이상의 현실적 한계를 시사해준다. 이상은 항상 현실과 괴리가 있기 마련이지만, 괴리 자체보다는 왜, 어떻게 이런 간극이 생겨나는지 이해하는 것이 더 중요하다. 이 글은 사상의 시장이라는 이상의 실현을 제약하는 몇 가지 단서조항을 살펴보

2) Oskar Negt & Alexander Kluge, "The Proletarian Public Sphere," In Mattelart Armand & Siegelaub Seth eds., *Communication and Class Struggle, vol.2: Liberation, Socialism* (New York: International General,1972/1983), pp. 92-94.

는 데서 시작하려 한다. 이것들은 대안언론의 가능성과 한계를 규정하는 중요한 요인이 된다.

1. 사상의 경쟁과 시장 경쟁의 상충 가능성

첫째, 밀턴이 구상한 사상의 자유시장의 비유는 서로 연관되면서도 상충 가능성이 있는 두 가지 이론에 근거해 언론의 경쟁 문제를 파악하는데, 여기서 적지 않은 논란거리가 발생하게 된다. 크게 보면 사상의 시장은 민주주의 이론에 관한 규범적 주장에 해당하지만, 경제 이론의 관점에서 해석할 수도 있다.[3] 즉, 사상의 시장은 다양한 사상과 이념이 서로 경쟁하면서 민주적 의사결정에 필요한 진리 발견을 추구하는 곳이면서, 동시에 소비자에게 선택되기 위해 다양한 상품이 경쟁하는 장이기도 하다. 문제는 언론 문제를 보는 데 이 두 이론이 시사하는 방향이 상당히 다를 뿐 아니라 때때로 모순되기도 한다는 점이다.

가령, 사상의 시장을 규제 없이 자유로운 상태로 방임해둔다고 해서 시장에서 모든 참여자에게 평등한 기회가 보장되지는 않는다. 오늘날 미디어 시장은 진입 장벽이 너무 높아 어떤 이념, 특히 소수 대상의 내용은 수용자에게 전달될 기회를 얻기 매우 어려운 것이 사실이다.[4] 이것은 산업으로서의 언론에 작용하는 시장 원리 때문이다. 스탠리 잉버(Stanley Ingber)는 이 점을 잘 지적하고 있다.

---

3) Philip M. Napoli, *Foundations of Communications Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media* (Creskill, NJ: Hampton Press, 2001), pp. 97–108.

4) *Ibid.*, pp. 106–107.

> 자신의 견해를 널리 전파하고자 하는 사람에게 매스 미디어에 대한 접근권은 필수적이다. 그럼에도 불구하고 독점적 관행, 규모의 경제, 그리고 불평등한 자원 배분은 새로운 시도가 매스 커뮤니케이션 사업에 뛰어들기 어렵게 만들었다. 경제적으로 불리한 층에 대한 진입 제한은 마을 집회와 팜플렛 집필 시절에는 들을 수 있던 목소리를 지금은 억눌러버린다 ... 따라서 어떤 사람, 사실, 사상이 공중에게 전달될지는 할 말이 있는 개인들보다는 미디어 소유자와 경영인이 결정한다 ... 이 모든 집단[소유자, 경영진, 광고주 등-역주]은 기성 체제의 가치와 전통적 관점을 취하는 경향이 있기 때문에, 미디어 경영자는 전통적 지혜와 기성의 권력구조에 도전적인 사상을 좀처럼 전파하지 않을 가능성이 크다.[5]

이처럼 이상과 현실의 괴리가 커진 것은, 아마 현재의 언론 환경이 밀턴 시절에 비해 엄청나게 바뀌었기 때문일 것이다. 밀턴의 이념은 17세기의 언론 운영 여건을 염두에 두고 만들었기 때문에, 21세기의 상황에 맞지 않을 개연성이 크다. 이처럼 사상의 시장 이념에 나타나는 이중성은 갈등 조정이라는 언론의 사회적 기능과 관련하여 많은 문제점을 예견하고 있다.

가령, 사회 갈등 보도에서는 가능한 한 넓은 범위의 의견과 관점을 반영하여 의제를 구성해야 하는데, 시장 기제는 내용과 관점의 선택에서 특정한 방향으로 편향을 유도하는 필터로 작용한다는 것이다. 즉,

---

5) Stanley Ingber, "The Marketplace of Ideas: A Legitimizing Myth," *Duke Law Journal* (February, 1984), pp. 1-91.

대중적 언론은 다수에게 가장 잘 영합하는 이슈를 가장 호소력 있는 방식으로 구성하려 하는데, 소위 주류언론의 보수화는 바로 이 시장 기제의 효과로 설명할 수 있다. 대안언론은 주류언론의 이러한 편향에 대한 '대안'으로 등장한 것인데, 그렇다면 이들이 대안으로서의 정체성을 잃지 않으면서도 어떻게 시장에서 존속할 것인지가 큰 숙제로 남는다. 다시 말해, 소수의 견해와 취향에 맞춘다는 것은 잠재적 시장 범위를 대폭 축소하는 것인데, 그렇게 되면 이 좁은 시장에 근거한 소수언론은 강력한 시장 지배력을 갖춘 주류언론의 공세에 취약할 수밖에 없다는 한계점이 남는다. 그렇다면 소수언론이나 대안언론은 과연 어떻게 기존의 주류언론과 차별화된 '대안'을 추구할 것인지가 쟁점이 된다.

2. '다양성' 이념의 여러 차원들

사상의 시장 이념에서는 경쟁과 더불어 '다양성'(diversity)이 중요한 구성요소로 전제되고 있는데, 이것 역시 논란의 여지가 큰 여러 쟁점들을 제기한다. 다양성을 어떻게 규정하는지에 따라 주류언론의 문제점을 파악하는 방식도 달라질 것이고, 대안언론의 모색 방향도 크게 영향을 받게 될 것이다.

우선 쟁점이 되는 것은 다양성이 그 자체로 목적인가, 아니면 다른 가치에 종속되는 부차적 가치인가 하는 문제이다. 물론 밀턴에게 다양성은 고유의 의미를 지닌 귀중한 정치적 가치로 간주되고 있지만, 그보다는 '진리 추구'라는 궁극적인 가치로 도달하기 위해 필수적인 '과정적' 혹은 중간단계의 가치로 암시된다. 이것은 아마 무엇보다 밀턴이 진리를 객관적이고 과학적으로 도달 가능한 실체(즉, 유일한 존재로서

의 진리(the Truth)로 인식하는 경향이 있기 때문일 것이다.[6]

만일 이렇게 되면 사상의 시장에서 다양성이 확보된다 하더라도 여러 이념과 견해 간에는 평등한 관계가 아니라 우열의 관계가 성립하게 된다. 사회 갈등 조정이라는 언론의 사회적 기능과 연관지어보면, 이는 심각한 문제점을 초래할 수도 있다. 즉, 잉버가 비판하는 것처럼, 밀턴의 견해를 따르면 사상의 시장에서 "아마 다양성과 갈등이 증가하기 보다는 감소하게 될 것이다."[7] 사회 갈등에서 모든 당사자에게 합리적이고 증명가능한 객관적 결론이란 있을 수 없다. 또 결론 못지않게, 참여와 의견 표명 과정 자체가 사회 갈등의 해결에 매우 중요한 구실을 한다. 언론이 사회 통합이라는 기능을 제대로 수행하도록 하려면, 결론의 진리 도달 여부 보다는 도출 과정에 오히려 비중을 두는 상대주의적 진리관으로 언론의 기능을 평가하는 것이 바람직하다.

두 번째로 쟁점이 되는 것은 사상의 시장에서 "소비의 측면"과 관련된 것이다.[8] 만일 다양성이 중요하다면 과연 다양성을 어떻게 정의할 것인가, 또 이 소비자에게 다양성이란 어떻게 받아들여지는가 하는 문제이다. 여기에는 과연 수용자를 다양한 의견과 정보에 노출시키는 것이 바람직한지에 관한 논란도 포함된다. 한편으로는 수용자들의 선택적 노출 경향, 정서적이고 비합리적 소구에 대한 취약성 때문에 다양성이 반드시 합리적인 의사결정에 기여한다고 보기 어렵다는 견해가 있다. 이렇게 되면 사상의 시장의 다양성이 반드시 민주주의에 유익하다고 볼 수는 없다. 하지만 이와 상반되는 결론을 내리는 주장도 적지 않

6) Napoli, *op. cit.*, p. 99.
7) Ingber, *op. cit.*, p. 25.
8) Napoli, *op. cit.*, p. 102.

게 발견할 수 있다.

이러한 논란을 감안할 때, 다양성의 문제는 그 구성요소와 범위를 감안해서 정교하게 개념 규정할 필요가 있다. 이러한 맥락에서 나폴리는 다양성의 요소와 상호관계를 〈표 1〉과 같이 분류했다.[9] 이처럼 세분화해서 보면 과연 대안언론이 어떤 성격을 띠어야 하며, 사회 갈등 해결에서 어떤 역할을 해야 하는지에 관한 논의에도 많은 시사점을 얻을 수 있다.

〈표 1〉 다양성의 구성요소

3. 체제의 산물로서의 언론

사회 갈등 과정에서 언론이 수행할 기능에 관한 논의에서 단순한 당위적 주장은 별 의미가 없다. 언론이 처한 현실 여건을 감안하지 않고 언론이 나아갈 방향을 논의해보았자 그것은 공상에 그칠 뿐이다. 실제로 언론이 어떤 기능을 하는지는 그 사회에서 실재하는 언론의 성격이나 외부 환경에서 많은 영향을 받기 마련이다. 언론은 사회 갈등에 영

9) *Ibid.*, p. 129.

향을 미치는 주요 행위자이지만 동시에 외부 환경에 의해 한정되는 존재이기도 하기 때문이다. 어떤 사회에서든 이러한 환경 요인에 따라 주류언론의 구체적인 성격과 형태가 정해질 뿐 아니라 그 사회에 필요한 대안언론의 방향이나 가능성 역시 규정되기도 한다.

따라서 언론 시장의 다양성 문제 역시 사회 체제와 미디어 체제의 관계라는 넓은 관점에서 파악할 필요가 있다. 지금까지 우리는 언론 문제를 은연중에 서구 국가, 특히 영미권의 미디어 모델에 비추어 평가하는 경향이 있었다. 하지만 국가마다 정치 제도나 민주주의의 발전 정도, 역사적 경험, 미디어 산업의 구조 등 제반 여건이 모두 다르기 때문에, 언론의 모델 역시 각기 독특한 모습으로 나타난다.

다니엘 핼린(Daniel Hallin)과 파울로 만시니(Paolo Mancini)는 다양한 요인들을 잣대로 삼아, 서구의 미디어 체제를 첫째 지중해 연안형 혹은 양극화된 다원주의(Polarized Pluralist) 모델, 둘째 북/중유럽형 혹은 민주적 조합주의(Democratic Corporatist) 모델, 셋째 북대서양형 혹은 자유주의 모델(Liberal Model) 등으로 분류했다.[10]

가령 그리스, 포르투갈, 스페인 등 남유럽 지중해 연안 국가에서는 정치적 이해관계나 의견이 시민이나 이익단체에 의해 개별적으로 제기되기보다는 다양한 정당을 통해 조직적으로 정치권에 반영된다(조직화된 다원주의organized pluralism). 따라서 대체로 정당 간의 이념적 스펙트럼이 매우 넓다. 언론 부문을 보면 다양한 정치적 견해를 취하는 언론사들이 서로 경쟁하면서 사회 전체적으로 의견의 다양성(외부적

10) Daniel C. Hallin and Paolo Mancini, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (Cambridge: Cambridge University Press, 2004), pp. 66–76.

다양성 external pluralism)을 제공해준다.

반면에 미국이나 영국, 캐나다 등에서는 정당간의 이념 차이가 상대적으로 크지 않으며, 정치적 견해는 이념적 스펙트럼에 따라 조직된 정당이 아니라 개별적인 수준에서 정치권에 반영된다(개인화된 다원주의, individualized pluralism). 언론의 다양성은 수많은 언론사들 사이에서 보다는 각 언론이 사회의 다양한 의견을 나름대로 종합하여 전달하는 형식으로 달성된다(내부적 다원주의, internal pluralism). 독일이나 스칸디나비아 국가들의 미디어 체제는 민주적 조합주의 모델로서 대체로 위의 두 유형을 절충한 형태를 띤다고 보면 된다.

자유주의 유형에서 언론이 주로 시장 세계에 편입되어 있다면, 양극화된 다원주의 체제에서는 언론이 정치 세계와 연계되어 있는 셈이다. 민주적 조합주의 체제의 언론은 양자를 절충한 유형에 가깝다. 하지만 최근에는 언론의 상업화 추세가 두드러지면서, 대다수 국가들의 미디어 체제가 점차 자유주의 모델로 수렴되는 추세에 있다.[11]

어떤 국가의 미디어 체제가 이중 어느 유형에 속하는지에 따라, 언론의 기능에 관한 모델도 달라진다. 가령 자유주의 유형의 나라에서는 언론이 중립을 지키면서 객관적인 정보를 제공해야 하며, 이를 위해서는 무엇보다 언론이 전문직으로서 권위와 자율성을 지켜야 한다고 본다. 반면에 양극화된 다원주의 모델이나 민주적 조합주의 모델의 국가에서는 언론이 외부의 정치 세력, 정당과 연계하면서 이들의 목소리를 대변하고, 이를 통해 사회 전체적으로 다양한 사상과 관점을 제공하는 일이 중요하다고 간주한다.

---

11) *Ibid.*, p. 76.

이러한 유형 분류에 비추어보면, 나라마다 다양성의 의미에 큰 편차가 나타날 뿐 아니라 주류와 대안언론의 구분 역시 천차만별일 수밖에 없다. 즉, 주류언론의 성격이 다르기 때문에, 여기서 배제된 소수의 목소리 역시 국가마다 독특한 양상으로 나타나게 된다. 가령, 양극화된 다원주의 국가에서는 (정당의 이념적 분포에 대응해서) 언론간의 이념적 스펙트럼이 매우 넓지만, 자유주의 국가의 언론에서는 대개 다수의 취향에 호소하는 상업적 대중지가 보편적이어서, 정치적 이념을 직접 표방하는 언론이 드물다. 따라서 나라마다 필요하거나 가능한 대안언론의 형태도 달라진다.

〈표 2〉 미디어 체제의 세 모델

	지중해형 혹은 양극화된 다원주의 모델	북유럽형 혹은 민주적 조합주의 모델	북 대서양형 혹은 자유주의 모델
해당 국가	프랑스, 그리스, 이탈리아, 포르투갈, 스페인	오스트리아, 벨기에, 덴마크, 핀란드, 독일, 네덜란드, 노르웨이, 스웨덴, 스위스	영국, 미국, 캐나다, 아일랜드
신문 산업	발행부수 적음; 정치적 지향이 강한 엘리트 신문이 발달	발행부수 많음; 대중지가 일찍부터 발달함	발행부수는 보통 규모; 대중적 상업지가 일찍부터 발달 함
미디어와 정치 조직의 관계	미디어-정치 조직간의 연계가 강함; 외부적 다원주의; 논평 지향적 저널리즘; 의회나 정부 주도의 방송규제; 정부나 다수당이 방송을 직접 규제하는 체제	특히 전국지에서 외부적 다원주의; 역사적으로 정당지가 강함; 중립적인 상업지로 이행; 여러 정당이 의석에 비례해 방송을 통제하지만 상당한 자율성을 지닌 체제	중립적인 상업지; 정보 지향적인 저널리즘; 내부적 다원주의(영국에서는 외부적 다원주의); 방송 통제는 전문직 모델에 따라 자율적인 체제

전문직화 (professionalization)	전문직화 정도 약함; 언론인 직업의 정치 도구화	전문직화 정도 강함; 제도화된 자율규제	전문직화 정도 강함; 제도화되지 않은 자율규제
국가의 역할	강력한 국가 개입; 프랑스와 이탈리아에서는 국가 지원 제공; 검열이 가해진 시기도 있음; 무분별한 탈규제 (프랑스 제외)	국가가 강력하게 개입하나 언론의 자유는 보호; 신문에 대한 지원 제공 (특히 스칸디나비아 국가); 공영방송이 강함	시장 지배적(단, 영국과 아일랜드에서는 공영방송이 강함)

출처: Hallin & Mancini, *op. cit.*, p. 67.

III. 주류언론과 대안 언론: 개념과 함의

앞에서 언급한 쟁점들은 주류언론과 대안언론의 기능 문제를 살펴보는 데 유용한 맥락을 제공해준다. 주류언론과 대안언론의 개념과 기능, 한계 등은 앞에서 제기한 요인들을 감안해야 의미 있는 논의가 가능하다. 그렇다면 주류언론과 대안언론은 어떻게 정의할 수 있으며, 이러한 정의 방식에 따라 사회 갈등이라는 문제 해결방안은 어떻게 달라지는가? 주류언론의 사회 갈등 재현방식에는 어떤 문제점이 있으며, 대안언론은 과연 어떤 측면에서 대안을 제공할 수 있는가?

1. 주류언론의 사회 갈등 재현방식의 한계

주류언론은 대안언론과 대칭되는 개념으로 정의할 수 있다. 이는 아

마 사상의 시장에서 다수가 선택한 견해나 정보라는 측면에서 파악할 수 있을 것이다. 사상의 시장에서 사상/관점의 선택은 곧 상품 형태로 표현되기 때문에, 시장은 다수 의견에 유리하게 경쟁을 유도하는 보이지 않는 검열 기제로 작동한다.

다수에 대한 영합은 곧 대중적 통념이나 상식, 대중적 합의(consensus)와 부합하는 보도관행을 낳는데, 이는 지배체제의 가치나 이데올로기에 부합되는 현실 인식이 보급되도록 한다. 언론인들의 직업관행은 '잘 팔리는' 뉴스를 만들려고 노력하는 과정에서 형성되었기 때문에 대중의 상식에 상응하는 방식으로 구조화된다. 바로 이 때문에 스튜어트 홀은 언론인의 전문직업적(professional) 해석틀이 지배적-헤게모니적(dominant-hegemonic) 해석틀과 공명하게 된다고 보았다.[12] 많은 연구는 주류언론이 사회 갈등을 보도하면서, 관련 쟁점의 복합적이고 다양한 측면을 보여주기 보다는 주로 다수의 관점에서 현실을 구성하고 있다고 비판했다. 반면에 갈등 과정에서 사회적 소수나 약자는 늘 주변화하거나 부정적으로 묘사하여, 갈등의 본질을 왜곡하게 된다는 것이다.

주류언론이 사회 갈등을 재현하는 방식에 관한 연구는 다양한 주제를 다루고 있다. 국가간의 전쟁이나 외교 분쟁, 종족 분쟁, 노사 갈등, 테러리즘, 급진적 사회운동, 성적 소수자 운동(게이나 레즈비언) 등이 대표적인 예들이다.[13] 가령, 토드 기틀린(Todd Gitlin)은 1960년대 미

12) Stuart Hall, "Encoding/Decoding," in S. Hall et al eds., *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979* (London: Hutchinson/CCCS, 1980), pp. 128-38.

13) 이 주제들에 관한 연구들로는 다음과 같은 것이 있다. Eytan Gilboa ed., *Media and Conflict: Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinions* (Ardsley, NY:

국의 주류언론이 뉴레프트의 사회운동을 어떻게 보도했는지 분석했다.[14] 이는 미국의 주류언론이 그 사회의 정치적 소수가 제기한 사회 갈등의 성격을 어떤 방식으로 틀지어 주변화하는지 잘 보여준다.

글래스고대학 미디어 연구집단(Glasgow University Media Group)은 영국의 주류언론이 노사갈등 문제를 어떻게 재현하는지를 분석했다.[15] 이들의 연구는 노동조합의 활동, 특히 노사갈등과 파업에 관한 뉴스는 주로 자본가를 비롯해 기득권 체제의 관점에서 구성해 보도하는 경향이 있음을 밝혀냈다. 반면에 노동조합은 폭력으로 법질서를 깨뜨리는 비논리적이고 감정적인 존재로 묘사되고 있다는 것이다.

최근의 프레이밍(framing) 연구는 특히 주류언론의 갈등 재현이 어떤 방식으로 이루어지고 있는지 분석하는 데 유용한 분석틀을 제공하고 있다. 가령 아이엥거(Iyengar)과 사이먼(Simon)은 텔레비전의 걸프

Transactional Publishers, 2002); Glasgow University Media Group, *War and Peace News* (Milton Keynes: Open University Press, 1985); Gadi Wolfsfeld, *Media and Political Conflict: News from the Middle East* (Cambridge: Cambridge University Press, 1997); Philip Schlesinger, Graham Murdock and Philip Elliott, *Televising 'Terrorism': Political Violence in Popular Culture* (London: Comedia Publishing Group, 1983); Graham Murdock, "Political Deviance: The Press Presentation of a Militant Mass Demonstration," in Stanley Cohen and Jock Young eds., *The Manufacture of News* rev. ed. (London: Constable, 1981); Paul Hartmann and Charles Husband, "The Mass Media and Racial Conflict," in Stanley Cohen and Jock Young eds., *The Manufacture of News* rev. ed. (London: Constable, 1981).

14) Todd Gitlin, *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left* (Berkeley, CA: University of California Press, 1980).

15) Glasgow University Media Group, *Bad News* (London: Routledge & Kegan Paul, 1976); Glasgow University Media Group, *More Bad News* (London: Routledge & Kegan Paul); Glasgow University Media Group, *Really Bad News* (London: Writers and Readers).

전 보도를 분석했는데, 여기서 미디어는 심층적인 '주제 프레임'(themativc frame)보다는 사건 위주의 '일화적 프레임'(episodic frame)으로 갈등의 성격을 파악하는 바람에 결과적으로 미국 정부의 군사 개입을 지지하는 여론을 조성하는 데 기여했다고 보았다.[16]

주류언론이 이처럼 사회 갈등을 '편파적으로' 보도하는 것은 언론 자체의 정치적 편향이라기보다는 다수의 통념에 부합하는 보도를 추구하면서 생겨난 현상일 가능성이 크다. 이러한 보도방식은 사회 갈등에서 쟁점의 복합적인 측면을 지나치게 단순화하고 특정한 집단의 시각에서 쟁점을 파악하고 처방을 내리도록 유도하는 효과를 낳게 된다. 더 심각한 문제는 이러한 보도방식이 언론인의 자율적인 직업 문화에 깊숙이 뿌리내리고 있어 언론인 스스로 이러한 한계를 인식하기 매우 어렵다는 점이다.

2. 대안언론의 개념

대안언론은 주류언론의 한계를 극복하려는 시도에서 싹튼 언론 유형이다. 따라서 주류언론과 마찬가지로 대안언론(alternative media) 역시 상대적인 개념이다. 대안언론이란 문자 그대로 그 무엇에 대한 대안(alternative to)이란 의미를 띠기 때문에, 대개 주류언론의 특성에 대비해서 의미가 규정되는 것이다. 관련 문헌마다 매우 다양한 의미로 사용되고 다원적인 측면을 포함하고 있지만, 대체로 대안언론은

16) S. Iyengar and A. Simon, "News Coverage of the Gulf and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing," *Communication Research*, Vol. 20, No. 3 (1993), pp. 365-383.

다음과 같이 몇 가지 측면에 따라 정의할 수 있다. 물론 대안언론은 이 중 하나의 기준에 따라 정의되기도 하고, 여러 요소를 동시에 충족시키기도 한다.

첫째로는 내용에 근거해서 대안언론을 정의하는 방식이다. 이 기준에 따르면, 대안언론이란 "기성의 제도화된 정치를 공공연하게 거부하거나 도전하는 매스 커뮤니케이션 형태들을 말하는데, 이는 사회의 변동, 혹은 적어도 전통적 가치의 비판적 평가를 옹호한다는 뜻이다."[17] 이 용어는 존 다우닝(John Downing)이 말한 "급진적 언론"(radical Media)과 비슷한 의미를 지닌다.[18] 구체적으로 이것은 새로운 뉴스가치와 관점, 뉴스원에 의존하는 것을 특징으로 한다. 즉, 급진적 언론으로서의 대안언론은 "널리 통용되는 신념에 적대적인 태도를 표현하고 ... 가판대에서 흔히 접하는 출판물이 정규적으로 보도하지 않는 견해를 옹호하거나 주제를 다룬다."[19] 이 대안언론은 외부의 급진적 조직이나 세력과 연계하기도 하는데, 이 세력은 소수파일 때가 많다.

둘째로는 미디어의 생산과정이나 형태 측면에서의 차이를 기준으로 대안언론을 규정하는 방식을 들 수 있다. 레이몬드 윌리엄스(Raymond Williams)는 지배적 커뮤니케이션 양식에 대한 대안을 모색하면서 전문기술(skills), 자본화(capitalization), 관료적 통제

17) Tim O' Sullivan, et al, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* (2nd ed.) (London: Routledge, 1994), p. 10.

18) John Downing, *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication* (Boston, MA: South End Press, 1984).

19) Royal Commission on the Press, *Periodicals and the Alternative Press* (London: HMSO, 1977); Chris Atton, *Alternative media* (London: Sage, 2002), p. 12에서 재인용.

(control)의 극복을 중요한 쟁점으로 제기했는데,[20] 이것은 바로 대안언론을 훨씬 민주적인 생산양식이라는 측면에서 파악할 때 필수적인 요건이 된다. 말하자면 이러한 관점에서 대안언론은 주류언론의 권위와 전문지식의 위계에 근거한 관료제적 의사결정 방식과 달리 민주적이고 아마추어적이며 집단적인 생산과정을 추구하는 언론을 말한다. 이 방식에서는 또한 내용과 형식에서도 새로운 실험과 혁신을 모색하려는 의지를 중시하는 특징이 있다. 이것은 별도의 대안언론 유형으로 나타날 수도 있지만, 그보다는 대안언론이 갖추어야 할 속성 중의 하나로 보는 게 더 현실적일 듯 하다.

앞의 두 가지 특성은 모두 언론의 생산 측면에서 민주적이고 개방적인 양식의 모색이라는 공통점이 있는데, 세 번째 잣대는 수용자 관점에서 본 기능과 효과라는 측면에서 대안언론을 정의한다. 이 관점은 언론이 어떤 내용을 담고 있는가 하는 문제보다는 사람들이 대안 언론의 생산에 직접 참여하는 과정을 거치면서 어떻게 정체성을 형성하고 언론 활용 능력을 깨쳐나가는가 하는 측면에서 접근한다. 이것은 로드리게즈(Rodriguez)가 말한 '시민미디어'(citizens' communication) 개념과 비슷하다.[21] 스티픈 던스컴(Stephen Dunscombe)의 말을 빌자면 "(언론을 수동적으로) 소비하는 문화는 모든 저항적 목소리의 내용을 동화(assimilating)시켜버림으로써 그 소리들을 중립화해버릴 수 있

20) Raymond Williams, "Means of Communication as Means of Production," in *Problems in Materialism and Culture* (London: Verso, 1980), pp. 50-63.

21) Clemencia Rodriguez, "The Bishop and His Star: Citizens' Communication in Southern Chile," in Nick Couldry and James Curran eds., *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003).

기"[22] 때문이다. 이것은 말하자면 위르겐 하버마스가 말하는 "커뮤니케이션 능력"(communicative competence)의 배양 기능이라는 측면에서 대안언론을 평가하는 셈이다. 이 유형의 대안언론에서는 다양한 매체 행태나 내용의 포맷을 실험하면서 수용자의 사회적 참여와 감수성 배양을 모색하는 데 주력하게 된다.

이상에서 살펴본 것들은 대안언론의 정체성을 구성하는 중요한 속성들이다. 이것들은 모두 사상의 시장이라는 고전적 이상을 실현하는 데 기여하기 위해 대안언론이 추구해야 할 이상적 가치라고 할 수 있다. 하지만 사상의 시장이나 다양성의 이념 자체가 이상으로서 현실적 요인에 의해 제약과 영향을 받듯이, 대안언론의 속성 중 어느 것이 현실에서 어느 정도 필요하며, 실현 가능성은 어느 정도 되는가 하는 문제 역시 다양한 제약 요인들을 감안해서 살펴보아야 한다.

3. 대안언론의 유형별 가능성과 한계

그렇다면 여기서는 대안언론의 유형화를 현실적 제약요인과 함께 고려하면서 각 유형, 특히 첫 번째와 세 번째 언론 유형의 가능성과 한계를 짚어보자.

우선 급진적 언론으로서의 대안언론은 내용과 관점의 차별화, 다양화를 추구하는 유형인데, 이러한 언론의 가능성을 논의할 때 우선 고려할 요인은 과연 해당 국가가 핼린과 만시니의 분류에서 어떤 유형의 미

22) Stephen Duscombe, *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture* (London: Verso, 1997), p. 127; Atton, *op. cit.*, p. 18에서 재인용.

디어 체제에 속하는가 하는 점이다. 이 분류에서 특히 자유주의 모델에 해당하는 국가에서는 대중적 상업지가 발달하고, 이념적 정당 정치의 전통이 취약하기 때문에, 주류언론에서 정치적 스펙트럼의 폭은 매우 좁을 수밖에 없다.

여기서 언론 시장은 이념적 차별화보다는 최대다수의 공통분모에 해당하는 관심사와 관점으로 언론의 방향을 수렴하는 보이지 않는 필터로 작용한다. 이념적 분포의 다양성의 부족은 언론 자체의 문제이기도 하지만, 기본적으로 정치 체제의 이념적 편협성에서 유래한다. 앞에서 언급한 주류언론의 갈등 재현 방식의 문제점은 어떤 국가든 어느 정도 적용되기는 하지만, 특히 자유주의 유형의 대중언론에서 두드러지게 나타나는 현상이다. 물론 미디어 체제와 시장 기제라는 요인 외에도 다양성의 구성요소를 감안해서 보면 자유주의 국가에서도 가능한 대안언론 유형은 훨씬 폭이 넓어지겠지만, 아무래도 사상과 관점의 다양성 면에서는 한계가 있기 마련이다.

자유주의 유형의 미디어 체제에서는 설혹 급진적 정치이념을 표방하는 소수파의 언론이 생겨나더라도 후원자나 지지기반이 될 만한 외부 정치세력(가령 정치세력화한 노동조합)이 빈약하거나 제도권에 진출해 있지 않기 때문에, 이 대안언론들은 시장 기제의 영향력에 거의 운명을 내맡길 수밖에 없는 상황이 된다. 따라서 자유주의 국가에서는 급진적 내용의 대안언론이 원래의 이념적 순수성과 보급률을 어느 정도 유지하면서 시장에서 살아남기가 매우 어려워진다. 따라서 대안언론이 여론 형성 과정에 미치는 영향력은 크게 제약을 받게 된다.

반면에 양극화된 다원주의 국가에서는 언론의 이념적 보수 편향성은 상대적으로 완화된 형태로 나타나게 된다. 특히 의회에 지지기반을 확

보한 급진적 정치 성향의 언론은 나름대로 확고한 물적 기반도 갖추었기 때문에 시장의 압력에서 상대적으로 자유로운 편이다. 물론 이 사회에도 정치 기반이 없는 소수의 견해는 여전히 사각지대로 남을 수 있겠지만, 그 정도는 자유주의 국가에 비해 덜 두드러질 것이다.

더구나 양극화된 다원주의나 민주적 조합주의 국가에서는 언론, 특히 신문의 정치적 영향력을 매우 중시하여 특히 소수언론이 시장의 압력에서 도태되는 일을 완화하고자 국가 차원의 지원 정책을 마련하고 있는 곳이 많다. 스웨덴의 신문지원 정책이 대표적인 사례인데, 노무현 정권에서 통과된 지역신문발전지원법이나 신문법 역시 사실상 스웨덴 등지의 신문지원 모델을 부분적으로 벤치마킹한 것이다. 따라서 이러한 국가에서는 사상의 경쟁과 시장 경쟁의 상충 문제는 자유주의 국가에 비해 상대적으로 덜 심각한 수준에 그치게 된다.

양극화된 다원주의나 민주적 조합주의 미디어 체제를 갖춘 국가에서는 사회 갈등 문제에서도 언론이 관련 이익집단의 이해관계나 견해를 비교적 다양하게 반영할 수 있다. 또한 이 언론들의 이념/관점의 다양성은 곧 정치권의 의석 분포와도 어느 정도 상응한다. 즉, 사회 집단간의 갈등은 언론을 통해 나타날 뿐 아니라 실제 정치권을 통해서 실질적으로 중재, 절충될 수 있도록 제도화되어 있는 셈이다. 사회 갈등을 중재하는 구조적, 제도적 틀의 측면에서만 본다면 양극화된 다원주의나 민주적 조합주의 국가의 언론이 이상적인 형태에 가장 가깝다.

앞에서 언급한 세 번째 유형의 대안언론은 전혀 새로운 방식으로 언론을 파악한다. 내용이나 운영방식, 제작자와 소비자의 관계, 기능 등 거의 모든 측면에서 새로운 실험을 시도하며, 우리에게 익숙한 대중매체라는 형식까지도 타파해 지하(underground) 출판물, 팜플렛, 인디

진, 진(zine), 인터넷 웹진 등 다양한 형태의 매체에서 돌파구를 찾는다. 이러한 대안언론 유형은 고정된 이념적 방향이나 내용에 의해 규정되지 않고, 실험성, 창의성, 쌍방성 등의 동적인 속성에서 존재의의를 찾는 것이 특징이다.

하지만 이러한 특성 때문에 이 유형의 대안언론은 쉽게 소멸하거나 변질할 수도 있는 취약성이 있다. 소수에 호소한다는 공통점 외에는 관점과 내용의 방향에 의해 구애되지 않는 것은 장점이지만 단점도 된다. 실제로 이 대안매체 유형에는 음악을 비롯해 다양한 대중문화를 소재로 하는 매체가 활동하고 있는데, 여기서 소수의 틈새 집단 대상의 대안언론과 특화된 상업주의 사이의 경계는 그리 뚜렷하지 않다. 그리고 제도화를 거부하는 자유로움 역시 부메랑으로 작용할 수도 있다. 매체가 시작되는 초기의 실험 단계를 거치고 나면 어떤 형태로든 관행화, 제도화가 필요한데, 이 때 어떤 방향으로 정체성을 확립할 것인지도 결정하기 쉽지 않은 문제이다.

이렇게 볼 때 이 대안언론 유형은 파급효과가 매우 제한적인 틈새 매체의 성격에서 크게 벗어나기 어려울 가능성이 크다. 이 대안매체는 "언론" 매체보다는 대중적 정서나 감수성과 호흡을 같이 하는 문화적 수단의 성격에 가깝다고 보아야 할 것이다. 더구나 사회 갈등 해결이라는 측면에서 보면 이 매체는 수용자에 대한 의식화 교육 효과는 행사할 수 있지만, 사회적 의제 형성과 논의 과정에 대한 참여 면에서는 상대적으로 제한적인 수준에 그치거나 배제될 가능성이 크다. 물론 어떤 대안 매체이든 주류언론에 비해 의제 설정(agenda-setting) 기능이 상대적으로 뒤떨어지기 때문에 영향력은 상대적으로 제한적일 수밖에 없지만, 이 문제점은 시민 미디어 유형에서 더욱 심각하게 나타난다. 어떤

면에서 시민 미디어 유형의 대안언론은 정치의 개념을 제도화된 정치 사회의 영역을 넘어 정체성의 정치, 일상성의 정치로까지 크게 확대하는 데 기여했지만, 달리 보면 전통적인 정치 영역의 참여를 소홀히 하는 바람에 정치성을 희석시켰다는 비판을 받을 여지를 남겼다.

IV. 한국 사회와 대안 언론 실험의 평가

1. 한국의 대안 언론 유형

한국 사회에서 대안언론 운동은 1980년대 후반 민주화가 가시적 성과를 거둔 이후에 와서 활발해지기 시작했다. 1980년대의 대안언론은 대안언론이나 급진적 언론과 같은 서구의 개념보다는 '민중언론', '민족언론', '민주언론' 등에서 정체성을 찾으려했다.[23] 한국 사회에서는 민주화 추진 과정에서 다양한 세력과 주체들이 권위주의 국가 중심의 권력 블럭과 투쟁하기 위해 공동 전선을 펴왔기 때문에, 대안적인 언론 역시 이념적 지향이 상당히 포괄적이고 모호했다. 따라서 이 때 만들어진 민중언론이나 민족민주언론이란 용어 역시 자연히 이념적 지향이나 계급적 기반이 그리 뚜렷하게 규정되지 않은 것이 특징이다.

1990년대 이후에는 대안언론의 지형이 적어도 외형적으로는 매우 다양하고 폭 넓게 형성되었다. 보수적인 메이저 일간지와 지상파 방송사들을 주류로 분류한다면, 한겨레 등의 일간지와 대안적 출판물, 소출

23) 정용준, "민족민주언론운동론," 김왕석 외, 『한국언론의 정치경제학』 (서울: 아침, 1990).

력 라디오, 시민TV채널, 인터넷 뉴스 등의 소규모 대중매체 뿐 아니라 인터넷 카페, 블로그 따위의 개인 미디어에 이르기까지 다양한 매체가 대안언론의 지형 속에서 활동하고 있다. 이러한 대안언론들의 성격과 한계를 검토하기 위해 전형적인 몇 가지 유형을 중심으로 살펴본다. 편의상 이를 크게 한겨레신문 형, 노동자신문 형, 오마이뉴스 형, 블로그 형으로 구분했다.

첫째, 한겨레 신문 형은 매체 형식면에서는 주류언론과 비슷하면서도 이념적 차별화와 더불어 새로운 소유 운영 모델을 시도하는 대안언론 유형이다. 1988년 창간된 『한겨레』 신문이 대표적인 사례이다. 『한겨레』는 지배적인 소유주 없이 수많은 소액주주가 참여한 '국민주' 방식으로 설립되었으며, 취재방식이나 관행 등 운영에서도 주류언론과 차별화를 시도했다. 『한겨레』는 진보 이념을 표방했으나, 대중지를 추구하면서 이념의 정체성은 다소 모호해졌다.

둘째, 노동자신문 형은 특정 이익집단이나 정당, 사회조직의 이념과 이익을 대변하는 대안언론 형태로 정치적 급진성을 특징으로 한다. 국내에서는 1980년대 말에서 1990년대 초반까지 노동운동이 합법화하면서 노동조합을 지지기반으로 하는 신문이 활발하게 생겨났다. 1989년에 생긴 『노동자신문』이나 1993년의 『매일노동뉴스』가 대표적인 예이다. 1999년 노동계 최초의 종합일간지로 창간된 『노동일보』도 이 유형에 속한다.

하지만 노동자신문 형 대안언론은 대체로 김영삼 정부 출범 이후 급격히 쇠퇴했다. 노동운동에 대한 관심이 식으면서 노동계의 목소리를 대변하던 매체는 상당수 문을 닫았으며, 그 대신에 여성, 환경, 교육, 문화 등 중산층 중심의 관심사들이 부상하였다.[24] 노동자신문 형 대안

언론의 부진은 무엇보다 노동자 집단을 대변하는 정치세력이 제도권 진출에 실패한 데서 원인을 찾을 수 있을 것이다.

셋째, 오마이뉴스 형은 시민 참여를 통해 관심사의 공동체를 조성하는 데 무게를 두는 시민미디어 유형이다. 대표적인 사례인 오마이뉴스는 2000년 2월 창간된 지 불과 8개월 만에 가장 영향력 있는 10대 매체로 선정되기도 했다.[25] 오마이뉴스가 성공한 뒤 유사한 매체가 인터넷 공간에서 많이 생겨났다. 오마이뉴스는 주류언론에서 볼 수 없던 새로운 방식을 도입해 정착시켰다. 우선 생산 주체 면에서는 "직업기자(소속 전문기자)와 생활인 기자(시민기자)의 결합"을 시도해 수용자가 참여해 만드는 언론으로 발전시켰다. 뉴스 형식과 내용에서도 "직업기자에 의한 심층취재뉴스와 생활인 기자에 의한 생활체험 뉴스를 결합"하는 실험을 성공시켰다.[26]

오마이뉴스는 진보성을 표방하면서도 『한겨레』와 달리 시민미디어를 컨셉으로 설정했다.[27] 오마이뉴스는 주류언론이 다루지 않는 이슈를 공론화하는 데 성공했지만, 상업적으로 성공을 거두면서 점차 성격이 변질한 것도 사실이다. 내용 분포를 보면 전체 기사 주제에서 문화, 일상사 기사의 비중이 압도적으로(42.3%) 연성기사 위주로 흐르고 있다.[28] 이 때문에 오마이뉴스는 대중적 주목을 끄는 데에는 성공했지만, 충분한 사실 근거도 없이 터뜨리고 보는 무책임한 선정주의라는 문제

24) 유선영, 『한국의 대안 미디어』 (서울: 한국언론재단, 2005), p. 100.
25) 『시사저널』, 2000년 11월 9일.
26) 김은규, 『미디어와 시민참여』 (서울: 커뮤니케이션북스, 2005), p. 272.
27) 유선영, *op. cit.*, p. 84.
28) 박선희, "인터넷신문의 뉴스 특성과 대안언론의 가능성: 오마이뉴스 기사 분석," 『한국언론학보』, 45-2호 (2001년 봄), pp. 141-142.

점을 드러내기도 했다. 대안언론의 의의가 사회적 쟁점에 관한 논의에서 대안적 관점에서 영향력을 행사하는 데 있다면, 이 점에서 오마이뉴스는 한계를 드러냈다.

넷째, 블로그 형은 1인 미디어 형 대안언론이다.[29] 이제는 각 개인이 블로그를 통해 개인적 경험이나 견해, 정보를 사이버 공간에서 자유롭게 공유할 수 있다. 어떤 면에서는 고전적 자유주의자들이 꿈꾸었듯이, 개개인이 인쇄물을 통해 자유롭게 의견을 개진하던 18세기보다 훨씬 18세기다운 여건이 블로그 덕분에 실현되었다. 사회적 쟁점에 대해 개인이 비슷한 또래집단의 목소리를 빌지 않고 직접 개인 단위로 의견을 제시할 수 있게 된 것이다.

하지만 블로그가 정보와 의견의 다양화에 기여한 것은 분명하나, 이것이 곧 공론장의 활성화에 기여할 것인지는 불확실하다. 어떻게 보면 사회적 쟁점에 다양한 목소리가 참여해 논의를 심화시키기보다는 청중 없는 수많은 독백이 만들어내는 집단적 소음으로 변질할 가능성도 있다. 블로그 형 언론에서는 다양한 갈등을 표현할 수는 있으나 공공영역 차원에서 갈등을 수렴하고 의제화하는 기능은 약화될 우려가 있다. 이는 어떻게 보면 공공영역의 과부화로 인한 해체나 다름이 없다.

지금까지 살펴본 것처럼 한국 사회에서 대안언론은 온갖 형태로 시민들의 일상 속에 자리 잡고 있으며, 이것들은 사회 문제에 대해 시민들의 관심과 참여를 확대하고 민주시민으로서의 의식을 고양하는 데 기여할 것이다. 하지만 오마이뉴스형 시민미디어나 블로그 형 개인 미디어는 활성화한 반면에, 이념적인 차별성(특히 급진적 정치노선)과 주

29) 블로그에 관해서는 김영주, 『블로그: 1인 미디어의 가능성과 한계』 (서울: 한국언론재단, 2005) 참조.

요 사회집단(가령 노동자 집단)과의 연계성을 특징으로 하는 대안언론(노동자신문 형)이 취약한 것은 두드러진 결함이라 할 수 있다. 한국 사회에서는 그 동안 분배와 복지보다는 성장 위주의 경제정책으로 계급적 갈등 분출의 가능성이 내재해있고, 그밖에도 지역이나 세대 등 다양한 사회적 차이 역시 잠재적인 문제거리로 남아있다. 민주주의란 결국 갈등에 기반한 정치체제이다. 그런데 문제는 사회의 다양한 균열을 반영할 수 있도록 대표성 있는 다원적 정당체제가 한국 정치에는 아직 정착되지 않았다는 점이다.[30]

더구나 중요 쟁점에 관해 각 집단들의 목소리를 사회적 논의에 체계적으로 반영하는 다원적 언론시장이 정착되지 않았다는 것은 앞으로 사회적 불안정을 더욱 부추기는 위험요소가 될 것이다. 사회 갈등은 사회적 차이나 이해관계의 차이에서 비롯하는 것이지만, 갈등은 표면에 드러날 때보다는 제대로 표현되지 않고 억압될 때 더 큰 파괴력을 지닐 수 있다. 보수 주류언론은 엄청난 영향력으로 사회적 쟁점마다 의제 설정과 진행과정을 주도하고 있는데, 대안언론들의 영향력은 아직 미미하다. 특히 주류언론이 제기한 의제에 대해 대안적 견해로 맞서거나 스스로 사회적 의제를 주도할 이념적 대안언론이나 정론지 형 언론이 취약한 것은 큰 문제이다. 물론 현 구조에서도 다양한 목소리가 표출될 수는 있으나 수렴 기능이 약해 사회적 불만의 무정형적 분출이나 집단적 냉소주의의 만연으로 이어질 우려가 있다.

---

30) 최장집, 『민주화 이후의 민주주의』 (서울: 후마니타스, 2002).

2. 대안언론의 주류화?: 한겨레신문의 사례

사상의 시장이 실현되기 위해서는 대안언론이 주변부에 머무르지 않고 주류언론처럼 다수에게 영향을 미칠 수 있어야 한다. 주류언론이 의제를 주도하고 대안언론은 '게토화' 하면 공공영역은 사실상 사회 갈등의 조정과 수렴 기능을 상실하게 된다. 그렇다면 대안언론의 주류화는 과연 불가능한 것인가? 『한겨레』의 실험은 이 문제에 대해 많은 것을 시사해준다.[31]

『한겨레』는 창간 시에 진보적인 "민주, 민족, 민중 언론"을 지향하면서도 보수언론처럼 시장 기제에 의존하는 전략을 채택했다. 문제는 이 두 가지 목표가 양립 가능한가, 즉 『한겨레』가 표방한 이념이 시장에서 현실성이 있는가 하는 점이다. 『한겨레』의 경영 지표를 보면 이 전략은 나름대로 성공을 거둔 것 같다. 『한겨레』는 창간 후 거의 10년간 흑자를 올리지는 못했지만 비교적 꾸준히 매출액을 늘려갔다. 10개사가 참여한 중앙지 시장에서 중간 그룹의 위치도 확보했다.[32] 하지만 최근 『한겨레』의 주위 여건이 점차 나빠지고 있는 것은 사실이다. 1990년대 이후 정치 민주화와 더불어 『한겨레』가 보수 대중지와 차별화할 수 있는 기사거리도 많이 줄어진보 언론의 시장 기반도 크게 위축되었다.

이러한 변화에 따라 『한겨레』 역시 진보적 정론지 스타일에서 벗어나 대중지의 성격을 강화하는 쪽으로 선회했다. 우선 거대 일간지들과

---

31) 『한겨레』에 관한 부분은 주로 拙稿, "한국 신문시장에서 진보적 대중지는 가능한가: 『한겨레』의 사례연구," 『한국사회와 언론』, 10호 (1998), pp. 189–215에 의존해 정리했다.

32) 한겨레신문사, 『신문구독실태 조사결과 보고서』 (1997. 5).

의 치열한 경쟁 때문에 『한겨레』 역시 계속 새로운 경영 전략을 모색해야 했다. 특히 『중앙일보』의 급속한 신장으로 대변되는 새로운 편집 경향은 『한겨레』의 지면에도 많은 변화를 자극했다. 이것은 정보의 질적, 양적 강화와 젊은 감각에 맞는 편집 방식으로 요약할 수 있다. 따라서 『한겨레』의 새 전략에는 진보성과 대중성이란 두 모순된 목표를 조화시키려는 과정에서 부닥치게 된 고민이 배어있다. 우선, 진보 이념의 모호성은 한겨레에게 큰 자산이면서 동시에 부담으로 작용한다는 것이다. 둘째로는 『한겨레』의 실질적인 시장 기반과 시장 전략 사이의 괴리를 들 수 있다.

1) 『한겨레』 시장 전략의 딜레머

보수지와 진보지는 정치적 논조에 따라 구분한다. 이 점에서 『한겨레』는 진보지로 분류되고, 스스로 진보적이라고 생각하는 사람을 주 독자층로 삼는다.[33] 그 동안 한국에서 진보 세력은 정치권 진출 시도 때마다 실패할 정도로 인기가 없었는데, 『한겨레』 독자 조사에서 진보층이 높은 비율로 나타나는 것은 좀 의외이다. 『한겨레』 독자층에게 "진보성"은 과연 어떤 의미를 지니는 것일까?

한마디로 진보성이란 모호하고 상대적인 개념이다. 한겨레 독자의 진보 성향에는 다양한 의미가 혼재되어 있다. 즉, 일반인은 진보를 정치 노선 뿐 아니라 참신함, 도덕성, 새로움, 변화 등 다양한 의미로 받아들일 수 있다. 진보라는 단어는 특히 도덕적 함축을 강하게 포함한

33) 『한겨레』에는 진보적이라 밝힌 독자층이 60.8%로 보수(16.5%)에 비해 압도적으로 많았다. 한겨레신문사, 『정기독자 신문구독실태조사 결과 보고서』 (1996. 6).

다. 이는 아마 한국에서 '보수'가 이념으로 체계화된 적이 없고 늘 '기득권층'이나 '수구 세력' 따위의 부정적인 단어만 연상시켰기 때문일 것이다. 특히 젊은 세대는 보수 이념 자체보다 보수의 이미지에 더 부정적일 수도 있다. 실제로 연령대가 낮을수록 『한겨레』에 대한 호감도는 높았는데,[34] 젊은 세대가 진보성이나 『한겨레』의 어떤 측면에 우호적이었는지는 불확실하다.

만일 『한겨레』가 진보의 다의미성 때문에 다양한 층을 끌어들일 수 있다면, 복합적인 요인들이 독자 이탈을 초래할 수도 있다. 『한겨레』의 이념인 진보성은 일상어로 표현되고 있는데, 이것의 구체적인 의미는 시대나 상황에 따라 새롭게 해석될 수 있는 것, 즉 "의미를 둘러싼 투쟁"의 장이 된다.[35] 『한겨레』의 진보성이 지니는 모호성과 포괄성은 장점이지만 단점도 될 수 있다. 결국 『한겨레』의 기반인 진보적 독자가 매우 불안정한 층이기 때문이다. 최근 『한겨레』의 정체성 혼란과 시장에서의 부진은 이 점과 무관하지 않다.

이념적 차이 외에도 고급지와 대중지의 구분 역시 언론사가 선택해야 할 중요한 시장 전략이다. 고급지와 대중지는 내용의 질적 차이를 말하지만 주 대상 독자층의 차이와도 관련이 있다. 대중지는 독자층의 질 보다는 양을 최대한 확장하려는 전략을 택하지만, 고급지는 독자 수보다는 영향력과 구매력이 높은 독자층 확보에 주력한다. 대중지 전략은 성공하면 보상이 가장 크지만, 투자비용이 많이 들고 경쟁에서 위험

34) 한겨레신문사 편집혁신팀, 『편집혁신을 위한 3차 보고서』 (1996. 8), p. 43.

35) Stuart Hall, "The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies," in Gurevitch, et al eds., *Culture, Society, and the Media* (London: Methuen, 1982).

부담도 크다. 고급지 전략은 대중지와 대체가 불가능하게 특정한 층에만 특화된 상품을 만드는 것이다.

『한겨레』는 고급지 전략에 상대적으로 유리한 속성을 갖추었다. 다른 일간지에 비해 독자층의 학력과 소득 수준이 높고 전문직이나 화이트칼라가 많아 특화 전략에 적합하다.[36] 그래서 고급지 전략은 1992년과 1994년에 내부보고서를 통해 제기되어 몇 년 간 채택되었으나, 얼마가지 않아 폐기되었다. 무엇보다 한국 신문 업계에서는 양적 팽창에 주력할 뿐 특화 전략이 통할 수 있도록 시장 분화와 전문화가 정착되지 않았기 때문일 것이다. 독자층의 특성 파악은 고사하고 부수자료조차 파악되지 않을 정도로 과학화가 미비된 것도 이러한 추세를 조장한 요인이다.

2) "진보적 대중지" 전략의 명암

현재 『한겨레』의 시장 전략은 1996년에 설정된 '진보적 대중지'의 컨셉으로 요약할 수 있다. 이는 진보성을 기반으로 하되 다른 일간지의 장점을 선별적으로 도입해 대중지 진입을 노리려는 시도이다. 『한겨레』의 새 전략은 "진보의 개념을 이념적, 정치적 측면으로만 국한시키지 않고 실생활과 관련된 모든 분야로 그 외연을 넓히며,"[37] 창간 이후의 사회변화를 감안해 다양한 시각과 정보 따위의 제품력을 개선하고 진보성과 실용성의 조화를 모색한다는 것이다.

---

36) 에이 · 씨 · 닐슨, 『일간신문 구독 행태에 대한 조사』 (1990.6); 한국갤럽, 『한겨레신문의 마케팅정책수립을 위한 기초조사보고서』 (1989.6).

37) 한겨레신문사 지면혁신특위, 『지면혁신특위 1차 보고서』 (1997.9).

〈표 3〉 성향별 독자층의 구성

진보적 여론 주도층(a)	보수적 여론 주도층(b)
진보적 대중(a')	보수적 대중(b')

진보적 대중지 전략은 〈표 3〉으로 설명할 수 있다. 『한겨레』에 우호적인 계층은 진보적 여론 주도층(a)과 진보적 대중(a')에 집중되어 있다. 그런데 고급지 전략(a-b축 대상)은 진보지(a-a' 축 대상) 전략에 비해 잠재적 시장을 대폭 축소할 뿐 아니라 진보적 논조도 변질시킬 우려가 있다는 것이다. 하지만 진보적 대중지 전략에 근거한 대중성 강화는 그 후 『한겨레』의 진보성을 실제로 크게 희석시키는 결과를 낳았다. 이는 결국 『한겨레』의 상품성인 진보성 자체가 창간 당시의 시대 상황 때문에 모호하게 설정된 데서 원인을 찾을 수 있다. 어떤 면에서 현재 『한겨레』의 정체성 혼란은 이미 예견된 것이었다.

『한겨레』는 한 동안 대안언론으로서 진보성을 상품화하는 데 성공했지만, 창간기와 상황이 바뀐 지금은 새로운 위기를 맞고 있다. 또한 달리 보면 지금 『한겨레』가 겪는 어려움은 진보 이념이 시장의 힘을 극복하기 얼마나 어려운지 단적으로 예시해준다. 『한겨레』는 그 동안 운영방식에서도 주류언론과 차별화하기 위해 취재관행 개혁, 새로운 정보원의 모색 등 갖가지 방안을 시도했다. 하지만 현실의 높은 벽에 부딪쳐 이 실험은 대부분 실패로 끝났다.[38] 주류언론의 생산방식과 관행이란 결국 시장에서 나름대로 효율성을 검증받아 정착된 것인데, 이를 혁

38) 이인우, 심산, 『세상을 바꾸고 싶은 사람들: 한겨레신문 10년의 이야기』 (서울: 한겨레신문사, 1998), pp. 97-99.

신하는 것이 얼마나 험난한 일인지 이 실패 경험은 잘 보여준다. 시장에서는 생존의 동기 자체가 자기 검열의 기제로 작동한다. 『한겨레』의 실험에서 보듯이 대안언론에게는 대중성의 유혹이야말로 치명적인 것일 지도 모른다.

V. 맺는 말

어떤 이상이든 현실에서의 실험을 통해 가치를 검증받으며 현실을 떠나서는 의미가 없다. 그래서 우리는 언론 문제에서도 규범적 가치의 문제를 항상 현실여건과 관련지어 논의한다. 하지만 이상이 현실에서 제약을 받으며 이 구속에서 벗어나기 쉽지 않은 것은 사실이지만, 동시에 이상은 현실의 어려움을 넘어서 더 나은 미래를 꿈꾸게 해주는 원동력으로 작용하기도 한다. 이러한 지적은 대안언론의 문제에도 그대로 적용된다.

대안언론의 개념은 사상의 시장이란 이상에서 유래한다고 할 수 있다. 하지만 주류언론과 대안언론의 구분 자체가 바로 이 이념이 현실과 어느 정도 괴리되어 있다는 사실을 깨닫게 해준다. 그래서 대안언론의 문제를 논의하기 앞서 사상의 시장이라는 규범적 가치의 실현을 제약하는 주요 요인들을 살펴보았다. 사상의 경쟁과 시장 경쟁의 상충 기능성이라든가 다양성 이념의 다차원적 성격, 미디어 체제와 사회 체제의 관계 등은 이상과 현실의 복합적인 역학관계를 이해하는 데 필수적인 쟁점들로 들 수 있다.

이러한 요인들을 감안해서 살펴보면 주류언론은 사회 갈등의 재현에

서 본질적으로 한계를 지닐 수밖에 없는 것처럼 보인다. 주류언론처럼 시장에서 다수에 영합하려는 한, 시장 경쟁은 사회적 쟁점을 다수와 기득권 체제의 관점에서만 보게 조장하는 검열 기제로 작용할 가능성이 크다. 따라서 대안언론은 시장에서 배제된 소수의 관점과 취향을 반영하거나, 주류의 상업적이고 위계적인 생산방식을 민주화하거나, 시민참여과 자발성, 교육 기능에 중점을 두어 주류의 한계를 보완하거나 대안을 제공하려 한다. 한국 사회에서도 1990년대 이후 다양한 형태의 대안언론이 생겨나 언론 지형의 민주화와 다원화에 기여하고 있다.

하지만 사상의 시장이라는 이상에 비추어 보면 한국 사회의 대안언론 역시 만족스런 대안을 제공하고 있다고 평가할 수는 없다. 오마이뉴스형 시민미디어나 블로그 형 개인 미디어는 활성화한 반면에, 이념적 차별성을 갖추고 주요 사회집단과 연계된 노동자신문형 대안언론이 취약한 것은 눈에 띄는 결함이다. 현재의 대안언론만으로는 주류언론의 일방적인 의제 주도를 견제하기 어렵기 때문이다. 또한 『한겨레』의 사례는 진보성을 표방하는 대안언론이 시장 기제에서 살아남기 얼마나 어려운지 잘 보여준다. 시장에서는 생존의 동기 자체가 자기 검열의 기제로 작동한다. 따라서 사회 갈등의 조정을 위해서는 중요 쟁점에 관해 다양한 집단들의 목소리를 체계적으로 대변하는 노동자신문형 대안언론이 많이 생겨나 다원적 언론시장을 이룰 수 있도록 해야 한다.

하지만 주류언론의 여론 주도가 계속되는 현실에서 이를 그냥 방치하는 것도 바람직하지는 않다. 물론 주류언론은 다수와 기존체제 편향을 내재화하고 있기는 하지만, 외부의 간섭 없이 나름대로 자율적인 직업 지식과 규범에 따라 활동하는 특성을 지닌다. 따라서 기존의 저널리즘 윤리와 전문직주의(professionalism)의 틀 안에서도 이들의 편향을

수정하고 균형을 유지할 수 있게 하는 방안은 상당 부분 남아 있다. 주류언론에 대항하는 대안적 시각을 다양하게 육성하는 일뿐 아니라 주류 내부의 제도를 잘 활용하는 일도 앞으로 언론을 더 나은 방향으로 개선하기 위해 반드시 필요하다. *

〈참고문헌〉

김영주, 『블로그: 1인 미디어의 가능성과 한계』 (서울: 한국언론재단, 2005).
김은규, 『미디어와 시민참여』 (서울: 커뮤니케이션북스, 2005).
박선희, "인터넷신문의 뉴스 특성과 대안언론의 가능성: 오마이뉴스 기사 분석," 『한국언론학보』, 45-2호 (2001년 봄).
에이 · 씨 · 닐슨, 『일간신문 구독 행태에 대한 조사』 (1990.6).
유선영, 『한국의 대안 미디어』 (서울: 한국언론재단, 2005).
이인우, 심산, 『세상을 바꾸고 싶은 사람들: 한겨레신문 10년의 이야기』 (서울: 한겨레신문사, 1998).
임영호, "한국 신문시장에서 진보적 대중지는 가능한가: 『한겨레신문』의 사례 연구," 『한국사회와 언론』, 10호 (1998).
정용준, "민족민주언론운동론," 김왕석 외, 『한국언론의 정치경제학』 (서울: 아침, 1990).
최장집, 『민주화 이후의 민주주의』 (서울: 후마니타스, 2002).
한겨레신문사 지면혁신특위, 『지면혁신특위 1차 보고서』 (1997.9).
한겨레신문사 편집혁신팀, 『편집혁신을 위한 3차 보고서』 (1996. 8).
한겨레신문사, 『신문구독실태 조사결과 보고서』 (1997. 5).
_____, 『정기독자 신문구독실태조사 결과 보고서』 (1996. 6).
한국갤럽, 『한겨레신문의 마케팅정책수립을 위한 기초조사보고서』 (1989.6).

Atton, Chris, *Alternative Media* (London: Sage Publications, 2002).
Downing, John, *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication* (Boston, MA: South End Press, 1984).
Gilboa, Eytan ed., *Media and Conflict: Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinions* (Ardsley, NY: Transactional Publishers, 2002).
Gitlin, Todd, *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left* (Berkeley, CA: University of California Press, 1980).

Glasgow University Media Group, *Bad News* (London: Routledge & Kegan Paul, 1976).

_____, *More Bad News* (London: Routledge & Kegan Paul).

_____, *Really Bad News* (London: Writers and Readers).

_____, *War and Peace News* (Milton Keynes: Open University Press, 1985).

Hall, Stuart, "Encoding/Decoding," in Hall, S. et al eds., *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979* (London: Hutchinson/CCCS, 1980).

_____, "The Rediscovery of 'Ideology' : Return of the Repressed in Media Studies," in Gurevitch et al eds., *Culture, Society, and the Media* (London: Methuen, 1982).

Hallin, Daniel C. and Mancini, Paolo, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (Cambridge: Cambridge University Press, 2004).

Hartmann, Paul and Husband, Charles, "The Mass Media and Racial Conflict," in Cohen, Stanley and Young, Jock eds., *The Manufacture of News* rev. ed. (London: Constable, 1981).

Ingber, Stanley, "The Marketplace of Ideas: A Legitimizing Myth," *Duke Law Journal*, (February, 1984), pp. 1-91.

Iyengar, S. and Simon, A., "News Coverage of the Gulf and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing," *Communication Research*, Vol. 20, No. 3 (1993), pp. 365-383.

Milton, John, *Areopagitica: A Speech of Mr. John Milton for the Liberty of Unlicensed Printing to the Parliament of England* (London, 1644), 박상익 옮김, 『아레오파기티카』 (서울: 소나무, 1999).

Mudock, Graham, "Political Deviance: The Press Presentation of a Militant Mass Demonstration," in Cohen, Stanley and Young, Jock eds., *The Manufacture of News* rev. ed. (London: Constable, 1981).

Napoli, Philip M., *Foundations of Communications Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media* (Creskill, NJ: Hampton Press, 2001).

Negt, Oskar & Kluge, Alexander, "The Proletarian Public Sphere," in Mattelart, Armand & Siegelaub, Seth eds., *Communication and Class Struggle, vol.2: Liberation, Socialism* (New York: International General, 1972/1983), pp. 92-94.

O'Sullivan, Tim, et al, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* 2nd ed. (London: Routledge, 1994).

Rodriguez, Clemencia, "The Bishop and His Star: Citizens' Communication in Southern Chile," in Couldry, Nick and Curran, James eds., *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003).

Schlesinger, Philip, Murdock, Graham and Elliott, Philip, *Televising 'Terrorism': Political Violence in Popular Culture* (London: Comedia Publishing Group, 1983).

Williams, Raymond, "Means of Communication as Means of Production," *Problems in Materialism and Culture* (London: Verso, 1980), pp. 50-63.

Wolfsfeld, Gadi, *Media and Political Conflict: News from the Middle East* (Cambridge: Cambridge University Press, 1997).

Abstract

Mainstream Media, Alternative Media and Social Conflict

Im, Yung-ho (Pusan National University)

The notion of alternative media originates from the liberalist ideal of the marketplace of ideas. However, the distinction between the mainstream and laternative media itself testifies the insuperable cleavage between the ideal and reality of the market. Consequently, it is necessary to examine major issues regarding Milton's metaphor, such as the potential conflict between the marketplace of ideas and that of commodities, the multifarious nature of the notion of diversity, and the structural dependency of the media on social system.

In view of those factors, it seems inevitable that the mainstream media has intrinsic limitations in the portrayal of social conflicts involving diverse social groups. As far as the media try to meet the needs of the majority to survive fierce competition, the market may function as a filtering mechanism by which the minority views are systematically disfavored. Subsequently, alternative media may seek to represent the voices of minorities, pursue less hierarchical and professional mode of production, or develop what Rodriquez called "citizens media" by which the audience finds opportunity for participation and formation of identity.

In Korea, diverse forms of alternative media appeared since the 1990s, such as what I call the "Hankyorae(progressive daily)," the Ohmynews" (citizens' media), the "labor-press," and the "Blog" types, respectively. Despite the overall prosperity of alternative

media movements, the labor-press type was especially the least visible, thus failing to reflect the politically minor views regarding social issues. Also, the current financial predicament of Hankyorae testifies how difficult it is for a progressive daily to survive in the market. Thus, I argue that we needs to deliberate ways to diversify alternative media of labor-press types, so that they may represent the interests and views of the concerned groups in issues of conflicts.