

한국언론학회 2026 봄철 정기학술대회

격변하는 미디어 환경에서 레거시 미디어의 혁신 전략

2026년 5월 8일 (금) 16:10-17:30 (4부)
여수엑스포컨벤션센터 엑스포홀

주최  한국언론학회

격변하는 미디어 환경에서 레거시 미디어의 혁신 전략

일시

2026년 5월 8일 (금) 16:10-17:30 (4부)

장소

여수엑스포컨벤션센터 엑스포홀

주최

 한국언론학회

프로그램

사회

김도연(국민대)

발제1

권예지(KOBACO)

레거시 미디어의 지속가능한 수익 구조 전환 전략:
미디어 생태계 관점을 통한 적응적 진화 방향

토론

남윤재(경희대), 이창준(성균관대)

발제2

채영길(한국외대)

저널리즘 규범의 예외상태와 유튜브 저널리즘의 정식화

토론

고흥석(국립군산대), 사영준(서강대)

발제1

레거시 미디어의 지속가능한 수익 구조 전환 전략: 미디어 생태계 관점을 통한 적응적 진화 방향

권예지 (KOBACO)

2026 한국언론학회 봄철 정기학술대회

레거시 미디어의 지속 가능한 수익 구조 전환 전략

미디어 생태계 관점을 통한 적응적 진화 방향

2026. 5. 8. 금.
권예지
한국방송광고진흥공사 책임연구위원

Contents

- 01 들어가며 현황 진단과 위기의 재정의
- 02 해외의 각종 시도 미국, 영국, 프랑스, 벨기에, 오스트리아
- 03 지속 가능한 미디어 생태계 6대 전략 생태계 다양성, 상호작용, 적응적 진화, 상리공생, 생태계 연결망, 서식지 개선
- 04 결론 한국적 전환 조건

SECTION 01

들어가며

현황 진단과 위기의 재정의

현황 진단: 무너진 먹이사슬

Limit
REVENUE THRESHOLD

전통적 비즈니스 모델(BM)의 임계점 도달

- 코드 셰이빙(Cord-shaving): 글로벌 OTT 확산으로 인한 선형 방송 도달률의 급격한 약화

- 제작비 인플레이션: 자본의 비대칭적 유입으로 인한 제작비 급증과 수익성 약화의 악순환

▶ 이제 완전히 새로운 '종(Species)'으로의 진화가 필요한 시기

참고연구 및 연구방법



▶ 권예지 등(2024). <글로벌 경쟁 시대 TV 생존전략 방안>. 한국방송광고진흥공사.

연구방법	연구내용
문헌연구	<ul style="list-style-type: none"> • 연구방향 설정 및 연구설계 • 한국의 방송법, 방송광고 현황, 방송산업 대응 방안 등을 통한 시사점 도출
해외조사	<ul style="list-style-type: none"> • 국외 방송산업 구조와 현황(방송법, 미디어법 등) 파악 • 글로벌 경쟁시대 방송산업 현황 및 대응 방안 검토를 통한 시사점 도출
전문가 자문	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 방송산업 발전 방향, 방송법 개정 방향, 방송광고산업 발전 방향, 디지털 미디어 산업과의 연계 모색 • 한국의 TV 생존전략 방안 제언에 활용
종합분석 및 전문가 자문	<ul style="list-style-type: none"> • 연구결과를 바탕으로 한국의 TV 생존전략 방안 도출 • 향후 방향 제언

+ 해외 사례 최신 동향 분석

위기의 재정의: 서식지의 변화

Shift

TV는 소멸이 아닌 적응적 진화 중

[기존] 안정적이지만 고립된 섬(Island)

[이동] 변동성이 크지만 무한한 확장성을 가진 대양(Ocean)

- ▶ [매체] 선형적 서식지 → 비선형적 플랫폼 서식지
- ▶ [관계] 불특정 다수 서식지 → 데이터 기반 팬덤 서식지
- ▶ [수익] 단일 자원 서식지 → 다각화된 솔루션 서식지
- ▶ [공간] 로컬(국내) 서식지 → 글로벌 초연결 서식지

SECTION 02

해외의 각종 시도

미국, 영국, 프랑스, 벨기에, 오스트리아

미국: Shoppable TV, 시청 경험을 커머스로

NBCUNIVERSAL

Interactive Checkout

- **NBCU Checkout:** 방송 화면에 표시되는 NBCU 코드(ShoppableTV QR)를 스마트폰으로 스캔하면 NBCUniversal Checkout 장바구니로 연결되어 즉시 구매가 가능
- **라이브 이벤트 연동:** 올림픽, 'The Voice' 등 라이브-대형 이벤트에서 PPL-스폰서 상품을 QR코드와 연동해 실시간 구매로 이어지게 하는 ShoppableTV 캠페인 전개

ROKU

Action Ads & Roku Pay

- **Action Ads:** 리모컨 'OK' 버튼을 누르면 시청 중 바로 브랜드의 구매 페이지로 이동하거나, '휴대폰으로 보내기' 기능을 통해 링크-쿠폰을 스마트폰으로 전송하는 인터랙티브 광고 포맷(성과: 몰라비 40% 매출 증대)
- **Walmart 파트너십:** Roku Pay와 연동된 TV 내 원클릭 체크아웃을 제공해, 광고 시청 중 리모컨 몇 번으로 상품 결제까지 완료되고, 주문-배송은 Walmart가 처리하는 풀필먼트 모델

DISNEY+ / HULU

Gateway Shop (AI)

- **Contextual Shopping:** 스트리밍 콘텐츠와 연관된 상품에 대해, 시청 중 QR 코드-푸시-이메일 등으로 개인화된 쇼핑 신호를 보내 시청 흐름을 크게 끊지 않고 상품을 제안하는 Gateway Shop 포맷
- **두 번째 스크린 활용:** TV 화면에서는 짧게 쇼핑 신호(배너-QR 등)를 띄우고, 연동된 모바일 기기(장바구니 링크-할인 정보)를 푸시해 이어지는 결제를 유도

Source: <https://techcrunch.com/2019/10/28/nbcuniversal-rolls-out-its-shoppable-tv-ads/>; <https://techcrunch.com/2022/06/17/roku-and-walmart-partner-up-to-bring-shoppable-ads-to-streaming/>; <https://press.disneyadvertising.com/disney-unveils-next-generation-of-ad-innovation-shop-the-stream> 등등

미국: FAST & 라이브러리 IP 수익화

01. 시장 도약

가구 이용률 (US Market 2026)

50%+

- 제3의 TV 층 안착: 코드커팅 가속화로 Pluto TV, Tubi 등이 필수 스트리밍 서비스로 부상
- 시장 규모: 2029년 전 세계 FAST 수익의 39%(\$6.5B) 북미 시장이 점유할 것으로 예상

02. IP 롱테일 전략

핵심 비즈니스 모델

IP 전용 채널

- **단일 IP 채널 운영:** CSI, Star Trek 등 구작 라이브러리를 24시간 편성, 팬덤 재활동 및 충성도 확보
- **지속적 현금 흐름:** 제작비 기회수 콘텐츠 활용을 통한 **추가 투자 없는 고수익** 창출 모델 확립
*재제작비 등의 비용은 필요

03. 기술 최적화

광고 수익 증가율 (Tech Effect)

20% ↑

AI 기반 편성: 시청 데이터 분석 및 머신러닝을 통한 장르/시리즈별 개인화 추천 로직 최적화

DAI 기술: 실시간 맞춤형 광고 삽입으로 광고 효율 증대 및 광고주 타겟팅 정교화 달성

*Dynamic Ad Insertion 동적 광고 삽입

KEY CASE STUDY

Pluto TV

자체 라이브러리를 활용한 FAST 채널 운영은 구작의 가치를 재발견할 뿐만 아니라, 독립적인 데이터 주권과 다각화된 광고 수익 확보

Source: <https://adtechtoday.com/future-of-digital-fast-channel/>; <https://mountain.com/blog/free-ad-supported-streaming/>; <https://vitrina.ai/blog/pluto-tv-fast-channel-distribution-deals/> 등등

영국: 디지털 퍼스트 대전환

영국 BBC, 2026년 1월 21일 유튜브와의 전략적 파트너십 발표

①

YouTube-First
오리지널 콘텐츠 제작

②

전략적 퍼널(Funnel)
구축

③

크리에이터 협업 생태계

Source: <https://www.bbc.com/news/articles/c0q4521pg28o>

10 | 한국언론학회 2026 봄철 정기학술대회

레거시미디어 특별세션 | 11

🇬🇧 영국: 디지털 퍼스트 대전환

전략 1: YouTube-First 오리지널 콘텐츠 제작



단순한 방송 클립 재가공을 넘어,
YouTube 문법에 최적화된 독점 콘텐츠 기획

- 15~20분 내외의 미드폼 다큐·설명형 프로그램 등 YouTube-First 포맷 제작
- 일부 프로그램은 YouTube 선공개 후 BBC iPlayer·BBC Sounds 등에서도 서비스
- NFTS(National Film and Television School)와 협력해 영국 전역의 미디어·방송 종사자 150명을 대상으로 YouTube 제작 역량을 집중 교육 'Create x Connect' training (업스킬링)

Source: <https://www.bbc.com/news/articles/c0q4521pg28o>

🇬🇧 영국: 디지털 퍼스트 대전환

전략 3: 크리에이터 협업 생태계



Host Collaboration

YouTube 크리에이터와 BBC 제작진이 함께 참여하는 디지털-퍼스트 프로그램 기획/제작하여, 플랫폼 네이티브 시청자와의 접점을 넓힘



Fact-Check Brand

알고리즘 기반 플랫폼 환경에서 BBC 뉴스의 신뢰할 수 있는 고품질 뉴스·정보(trusted, high-quality news)를 YouTube 상에 제공함으로써, 공영 저널리즘의 신뢰를 플랫폼 안으로 확장



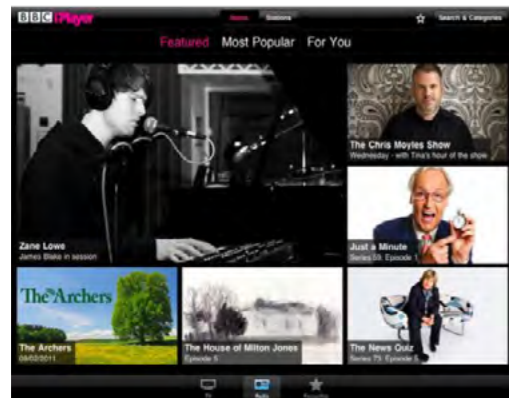
Global Reach

영국 내에서는 수신료 기반으로 광고 없이 서비스를 유지하는 대신, 해외 시청에 대해서는 YouTube 광고 수익과 함께 글로벌 오디언스에게 BBC 브랜드를 노출·확장하는 통로로 활용

Source: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2026/bbc-group-youtube-strategic-partnership> ; <https://www.bbc.org/distribution-consumption/news/bbc-group-to-deliver-original-content-for-youtube/22967> ; <https://marketing4ecommerce.net/en/bbc-partner>

🇬🇧 영국: 디지털 퍼스트 대전환

전략 2: 전략적 퍼널(Funnel) 구축



자사 플랫폼(iPlayer) 유입의 디딤돌

- YouTube를 단순 수익원이 아니라, 자사 OTT 서비스인 BBC iPlayer와 BBC Sounds로 시청자가 들어오는 추가 접점으로 활용

Case Study: Bluey (브루이)

BBC Studios가 운영하는 공식 Bluey YouTube 채널에서는 2시간짜리 풀 에피소드 컴필레이션을 무료로 제공하고, CBeebies YouTube 영상 설명에는 "BBC iPlayer에서 전체 에피소드를 시청하라"는 안내와 링크가 함께 제공. 즉, YouTube에서 친숙도를 높이고, 더 많은 시리즈·에피소드를 보기 원하는 시청자를 BBC iPlayer로 자연스럽게 안내하는 구조

Source: <https://www.bbc.com/news/articles/c0q4521pg28o>

🇫🇷 프랑스: TF1의 다층 플랫폼 전략



AVOD 플랫폼 TF1+ 강화

- 2024년 1월 8일에 출범한 TF1+는 광고 기반 무료 스트리밍 서비스로, 프랑스·프랑스어권 시장을 겨냥한 핵심 플랫폼으로 육성 중
- TF1은 TF1+를 '프랑스어권 문화권에서 가장 문화적으로 관련성 높은 AVOD 서비스'로 만들겠다고 밝히고, 아프리카 프랑스어권 진출까지 선언



Netflix와 채널 통합

- 2025년 체결된 파트너십에 따라, 2026년 여름부터 프랑스 넷플릭스 이용자는 넷플릭스 앱 안에서 TF1의 5개 실시간 채널과 TF1+ 주문형 콘텐츠를 한 번에 시청 가능
- 현지·국내 보도는 이를 '방송 채널 전체가 넷플릭스 안으로 들어가는 첫 사례', '전통 방송사와 글로벌 OTT 간 상호 이익을 도모하는 전략적 협력'으로 평가



YouTube 포트폴리오 활용

- 과거 YouTube와의 저작권 분쟁을 2014년 합의로 마무리하고, 공식 YouTube 채널들을 구축해 뉴스·예능·키즈·시리즈 등 다양한 수직군 멀티 채널 포트폴리오를 운영
- 2025년 약 17개 공식 채널, 1,250만 구독자, 67억 조회수, 3만 5천 편 이상의 영상을 축적하며, 방송 채널과 디지털 채널을 결합한 입체적 유통 전략을 전개

Source: <https://groupe-tf1.fr/en/communiqués/tf1-youtube> ; <https://videoweek.com/2025/05/01/tf1-aims-to-become-premium-alternative-to-youtube/> ; <https://blog.nasmedia.co.kr/entry/2602mediatissue-netflix2026plan>

벨기에: 미디어 주권 확보 및 글로벌 플랫폼 대응

<p>연방 인프라 및 규제 현대화</p> <ul style="list-style-type: none"> • BIPT/IBPT 2024-2026 전략: 안정적이고 경쟁적인 디지털 생태계 구축 목표 • 네트워크 확산: 5G 주파수 경매 완료 및 2030 기가바이트 광섬유망 구축 가속화 • EU 디지털법 적용: DSA/DMA 준수를 위한 디지털 서비스 규제 환경 정비 	<p>디지털 퍼스트 플랫폼 고도화</p> <ul style="list-style-type: none"> • VRT MAX & Auvio: 공영방송 채널 통합 및 데이터 기반 개인화 스트리밍 서비스 전환 • 데이터 주권 확보: 직접적인 시청 패턴 분석을 통한 콘텐츠 편성 최적화 및 타겟팅 강화 • 수익 다각화: 온라인 플랫폼 내 제한적 광고 허용 및 독점 디지털 콘텐츠 확대 	<p>콘텐츠 보호 및 문화적 자율성</p> <ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 플랫폼 규제: 연매출 1,000만 유로 이상 사업자 대상 자국 콘텐츠 투자 의무(5%) • 의무 전송 쿼터: 유럽 및 지역 제작물 편성 비율 강화 (비선형 서비스 최소 30~40%) • VAF/CCA 지원: 지역 영상 펀드를 통한 독립 제작사 육성 및 미디어 다양성 유지
--	--	---

Source: 관매지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

오스트리아: Digital Austria Act 기반의 미디어 생태계 혁신

<p>국가 디지털 거버넌스</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital Austria Act: 117개 조치 및 36개 원칙을 담은 범부처 통합 디지털 로드맵 • 인프라 고도화: 5G/6G 기술 선도 및 기가바이트 광대역 네트워크 전국 확대 • 디지털 역량(Skills): 전 국민 대상 디지털 활용 능력 증진 및 사이버 보안 강화 	<p>미디어 생태계 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 전환 기금: 상업 미디어의 디지털 서비스 개발 지원 (연간 약 2,000만 유로) • 양질의 저널리즘 지원: 뉴스 미디어의 다양성 확보 및 전문 언론인 교육 기금 운영 • 신규 포맷 육성: 오디오 팟캐스트 제작 지원(KommAustria법 제25조 신설) 	<p>공영방송(ORF) 혁신</p> <ul style="list-style-type: none"> • ORF-분담금 체제: 2024년 기기 소유 기반 '수신료'에서 세대별 '분담금'으로 전격 전환 • ORF ON 플랫폼: 7일 재시청 제한 규제 완화 및 디지털 스트리밍 플랫폼 고도화 • AI 서비스 센터: RTR(규제기관) 산하 AI 서비스 센터 구축을 통한 기술 거버넌스 확립
--	--	---

Source: 관매지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

SECTION 03

지속 가능한 생태계 6대 전략

지속 가능한 생태계 6대 전략



Source: 관매지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

전략 1: 생태계 다양성 (Diversity)

STRATEGY 01

장르 및 플랫폼 다변화: 드라마 중심 고비용 구조를 탈피하고 예능, 숏폼, 미드폼 등 제작 효율이 높은 장르로 포트폴리오를 재편하여 ROI를 극대화

생태계 다양성(Diversity)

생태계 상호작용(Interaction)

적응적 진화(Evolution)

상리공생(Mutualism)

생태계 연결망(Network)

서식지 개선(Improvement)

Source: 권예지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

전략 3: 적응적 진화 (Evolution)

STRATEGY 03

기술 혁신 기반 서비스: 어드레서블 TV, AI 콘텐츠 재가공 등 기술을 통해 광고 효율을 높이고 시청자에게 개인화된 맞춤형 콘텐츠 경험을 제공

생태계 다양성(Diversity)

생태계 상호작용(Interaction)

적응적 진화(Evolution)

상리공생(Mutualism)

생태계 연결망(Network)

서식지 개선(Improvement)

Source: 권예지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

전략 2: 생태계 상호작용 (Interaction)

STRATEGY 02

글로벌 경쟁력과 현지화: 내수 시장의 한계를 넘어 글로벌 IP 유통망을 직접 확보하고, 지역별 맞춤형 콘텐츠 전략을 통해 해외 매출 비중을 획기적으로 확대

생태계 다양성(Diversity)

생태계 상호작용(Interaction)

적응적 진화(Evolution)

상리공생(Mutualism)

생태계 연결망(Network)

서식지 개선(Improvement)

Source: 권예지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

전략 4: 상리공생 (Mutualism)

STRATEGY 04

광고주와의 새로운 협력 모델: 단순한 광고 슬롯 판매를 넘어 브랜드 저널리즘과 콘텐츠 마케팅 솔루션을 결합하여 광고주의 비즈니스 성장을 견인하는 파트너로 도약

생태계 다양성(Diversity)

생태계 상호작용(Interaction)

적응적 진화(Evolution)

상리공생(Mutualism)

생태계 연결망(Network)

서식지 개선(Improvement)

Source: 권예지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

전략 5: 생태계 연결망 (Network)

STRATEGY 05

국내외 파트너 협력 강화: 제작사-플랫폼-통신사 간의 데이터 동맹 및 콘텐츠 연합을 구축하여 글로벌 빅테크 플랫폼에 대응할 수 있는 규모의 경제를 실현

생태계 다양성(Diversity)

생태계 상호작용(Interaction)

적응적 진화(Evolution)

상리공생(Mutualism)

생태계 연결망(Network)

서식지 개선(Improvement)

Source: 권예지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

전략 6: 서식지 개선 (Improvement)

STRATEGY 06

규제 완화와 제도적 지원: 비대칭 규제를 해소하고 포괄적 네거티브 규제 체계로 전환하여, 미디어 사업자들이 창의적인 사업모델을 다양하게 즉각 시도할 수 있는 토양 마련 필요

생태계 다양성(Diversity)

생태계 상호작용(Interaction)

적응적 진화(Evolution)

상리공생(Mutualism)

생태계 연결망(Network)

서식지 개선(Improvement)

Source: 권예지 등(2024). 글로벌 경쟁 시대 TV 생존 전략 방안. 한국방송광고진흥공사.

SECTION 04

결론

비즈니스 혁신을 완성하는 제도적 서식지 개선

서식지를 바꾸는 규제 전환

SHIFT

포괄적 네거티브 규제로의 이행

- 새로운 시도를 해볼 수 있는 규제 개선은 사업자 혜택이 아니라, 글로벌 플레이어와의 비대칭적 경쟁을 완화하는 방법
- 기술 진화 속도에 맞춰 사업자가 창의적인 비즈니스 모델을 시도할 수 있는 체계 필요

발제2

종의 다양성을 지키는 미디어 생태계

DIVERSE

종의 다양성이 수반되어야 지속 가능성 가능

- 서로 다른 종이 공존할 때, 플랫폼 시대에도 공론장, 문화 다양성, 산업의 성장과 영향 유지
- 지속 가능성은 개별 기업의 수익을 넘어, 한국 미디어 산업 전체의 '종의 다양성'을 지키는 과제
- 혁신적인 비즈니스 아이디어가 제도라는 벽에 막히지 않고, 다양한 주체가 공존하는 미디어 생태계에서 자유롭게 실험·성장할 수 있어야 함

저널리즘 규범의 예외상태와 유튜브 저널리즘의 정식화

채영길 (한국외대)

E.O.D

경청해 주셔서 감사합니다

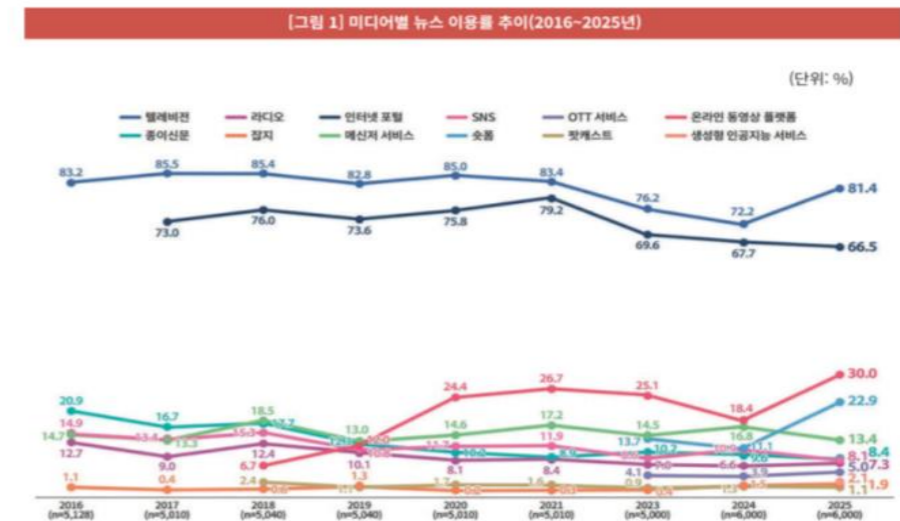
저널리즘 규범의 예외상태와 유튜브 저널리즘의 정식화

채영길

한국외국어대학교 미디어커뮤니케이션학부

미디어별 뉴스 이용률 추이 (2016-2025)

유튜브의 뉴스 매체 3위 약진



저널리즘 레짐의 위기

배경 및 문제의식

유튜브 저널리즘

2020년 이후 뉴스 이용 3대 매체로 약진. 신뢰할 수 있는 유튜버·채널로 정보 소비 이동 — 우연이거나 일시적 현상이 아님

세월호 (2014)

정부와 언론이 시민의 안전을 보호하는 시스템이 아니라 오히려 위험을 초래할 수 있다는 집단적 인식의 형성

COVID-19 (2020)

'뉴스'가 허위조작정보 2위 유형, 언론사가 허위조작정보 생산 2위 주체 — 레거시 언론에 대한 신뢰 붕괴의 실증적 확인

12.3 계엄 (2024)

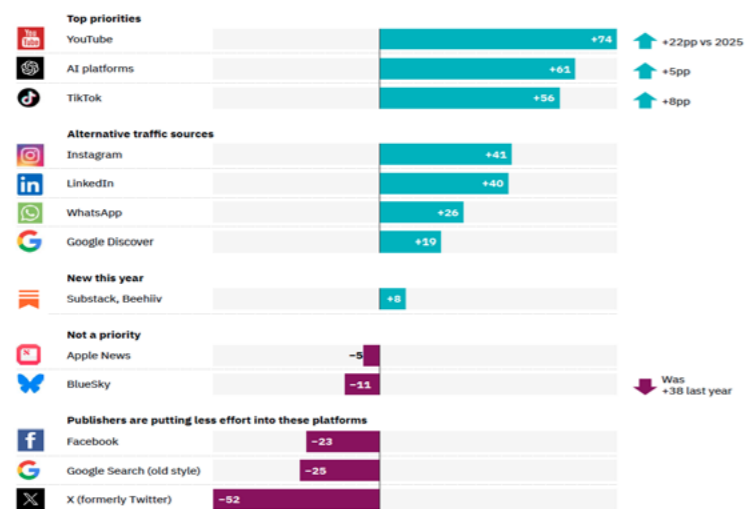
레거시 저널리즘 레짐이 양시앙 레짐의 한 축이라는 집단적 인식 — '위험사회'를 정상화하는 체제에 대한 저항

언론사들의 유튜브 전략 전환

신문사들의 2026 플랫폼 우선순위

Where publishers plan to put more and less effort in 2026

Net difference between the proportion planning to put more effort/less effort into each platform



크리에이터 웨이브에 대한 언론사 대응 전략

저널리스트의 크리에이터화 76%, 파트너십 50%

Top planned publisher initiatives in response to the creator wave

Getting our journalists to be a bit more like creators 76%

Partnering with creators for distribution 50%

Hiring creators to reach young audiences 31%

Creating a joint venture such a creator studio 28%

None of the above 8%

Don't know/other 7%



Wired says that Instagram views are up 800% since they switched to a personality-based strategy



New York Times White House correspondent Tyler Pager is one of those delivering creator style videos on the NYT app.

Q20. News brands are increasingly seeing personalities/individuals setting up on their own as substackers, podcasters, or YouTubers. What initiatives, if any, are you thinking about in response? Please select all that apply. Base = 263.

유튜브 저널리즘의 사회적 영향력

레거시 언론의 비판: '팬덤 권력', '미디어 권력 추종'

정치 팬덤 권력

내일 김어준은 무슨 말을 할까?... 미디어 권력을 따르는 사람들

수원 2025.09.08 06:04

이혜리 기자 이효상 기자

나는 왜 김어준 방송을 듣나... 시청자 21명 인터뷰



유튜브 방송 <김어준의 겸손은힘들다 뉴스공방> 진행자 김어준 / 겸손방송국 제공

경계 획정: 정치와 저널리즘의 연대

레거시 언론의 '선' — 규범 경계 비판

김어준 유튜브서 "尹 출석? 곧 볼 것" 발언한 특검보, 중앙일보 "선 넘었다"

'정준희의 눈' 코너에 출연해 40분간 인터뷰
한국일보도 사실에서 "정치적 논란을 자초한 처사"

박서연 기자 psyam@mediatoday.co.kr
입력 2026.04.10 07:50 수정 2026.04.10 22:56



▲김지미 특검보가 9일 김어준의 뉴스공장에 출연해 수사 상황을 발언하는 모습.

故 노무현 사위 박상언 "김어준은 교주, 유튜브 권력 스스로 신격화 시도"

"저명성이 앞두고 드리기 위해 구경하는 절대 여왕"
"거침 만무할 만해서 노무현 정신은 흔적만 남아있는 정도"



레거시 언론의 자기예외

언론의 규범 정지



자기예외의 실례 ①: 기사 삭제·수정 무통제

기사 삭제도 수정도, 뉴스를 안에선 아무나 할 수 있었다



기자협회보 기자상 기자연수 협회소개 협회활동

기사 삭제도 수정도, 뉴스를 안에선 아무나 할 수 있었다

[핫 이슈] '현대차 기사 삭제' 파문 후폭풍
언론사들, 관련 가이드라인 없거나 오작동

강아영 기자 sbms@journalist.or.kr 2026.01.14 08:34:47



일부 언론사들이 정의선 현대자동차그룹 회장 아들의 음주운전 사고 기사를 4년 만에 삭제하거나 수정한 사실이 알려진 뒤 후폭풍이 계속되고 있다. 기자들이 중심이 돼 내부 진상조사를 시작한 곳이 있는가 하면 사과문을 게재하거나 재발 방지 대책 마련에 착수하는 등 언론사별로 후속 조치가 이어지고 있어 파장은 한동안 지속될 전망이다.

자기예외의 실례 ②: 게임 "세탁" 보도

"비상계엄은 구국 결단" — 사법 저널리즘의 예외상태

윤 대통령 측 "비상계엄은 구국 결단... 檢, 즉시 석방하라"

12 26

"불법 수사 중단하라" 촉구
"공수처 대통령 체포는 완벽한 내란 행위"

윤석열 대통령 측은 25일 "12·3 비상계엄 사태" 관련 "비상계엄은 대통령의 구국 결단으로 불법 수사를 중단하고 고징한 헌법 재판을 진행하라"고 촉구했다.



윤석열 대통령이 21일 오후 서울 중구 한남세관소 내심판정에서 열린 탄핵심판 3차 언론간담에 참석하고 있다. 뉴스시스

Part I

반복적, 퇴행적 논쟁: 레거시 vs. 유튜브

저널리즘 규범 정의권을 둘러싼 헤게모니 투쟁

레거시의 '포퓰리즘' 낙인: 이원론으로의 퇴행

Laclau, 『포퓰리즘 이성』(2005)

르봉(Le Bon)의 이원론 — 레거시가 반복하는 논리	라클라우의 포퓰리즘의 "이성" — 전환기 공중의 논리
확인(Affirmation) 추론 없는 단정 — 유튜브는 '선동적'	수사 = 사회적인 것'들의 총체화 포퓰리즘의 수사적 호소는 사회적 현실 자체의 배제적 구조의 다층성을 반영
반복(Repetition) 연상에 의한 반복 내재화 — '팬덤', '극단', '비이성'	포퓰리즘 = 집단적 감정적 논리 특정 사회 기반이나 이데올로기가 아닌 질적으로 나온 인민적 정치적 정체성 구성 논리
전염(Contagion) 병리적 전달 — 이념적 알고리즘의 병리적 '전염'프레임	'모호함'은 결점이 아님 불명확한 담론은 모호한 사회적 현실의 담론적 반영 — 단순화가 정치적 조건
지적 설명의 의도적 퇴화 비정상성·일탈·조작으로 접근하는 방식은 이론적 전략과 양립 불가	유튜브 저널리즘 논쟁
르봉 이원론(합리/비합리, 정상/병리)으로의 퇴행 = 헤게모니적 편견의 포장	레거시의 '포퓰리스트' 규정 = 르봉 이원론 재활용 미디어 균중·공중의 분화는 레거시 저널리즘 공론장의 레짐 구조 변화 과정 → 유튜브 저널리즘의 등장은 새로운 저널리즘 레짐 구조 변화 과정

"Journalism"의 유튜브 비판: Populist Media 규정

레거시 자기 정의 vs. 유튜브 저널리즘 규정

레거시 언론의 자기 정의	포퓰리스트 미디어 규정 비판
객관과 이성 / 무정파성·규율된 정파성	선동적 정파성
합의와 설득	양극화·적대와 배제
경영과 보도의 분리	행동주의·팬덤 비즈니스
통합과 공동체주의	비시민성·카타르시스적 해소
전문성(Professionalism)과 규범	아마추어·무규율

자기예외주의 (Self-exceptionalism)

레거시 언론이 스스로의 규범을 정지시키는 세 가지 방식

- 당파적 정파성**
공정성·객관성·정확성 등 저널리즘 기본 원칙의 작위적 적용
양비론적 본질 흐리기
- 자본 편향성**
정치·경제 자본의 이해관계에 따른 정보 왜곡
낙시성 기사·선정적 보도·어뷰징·주식선행매매
- 관행적 실천과 체계 의존**
출입처 중심 관행 (받아쓰기·속보경쟁)
보도자료·따옴표 저널리즘·복제보도

한국 법과 저널리즘의 예외상태

규범은 존재하지만 자의적으로 중지되는 사법 저널리즘의 구조

법률 규범 (존재하나 정지됨)

헌법 제27조 4항: 무죄추정의 원칙
형법 제126조: 피의사실 공표 금지

"수사기관의 피의사실 공표행위는 치명적인 피해를 가할 수도 있다"
대법원 1999. 1. 26. 97다 10215

저널리즘 관행 (예외상태)

- 검찰 취재원 과도 의존 — 혐의 사실 무분별 보도
- 탈맥락 보도 — 단편적 사실로 의혹 제기
- 무리한 '야마' (기사 핵심 틀) 과장·왜곡
- 과도한 단독 경쟁으로 저널리즘 원칙 포기
- 익명 취재원 통한 선택적 정보 유통

논쟁의 비판적 이론화 필요

기존 연구의 한계

기존 연구의 한계

- 경험적 분석(콘텐츠·알고리즘·수용자)에 집중
- 구조적 원리 설명 부재
- 갈등의 탈정치화된 기술 문제로 환원
- 도래해야 할 저널리즘 규범 논의 중단

누락된 질문들

- ▶ 유튜브 저널리즘 논쟁의 정치적 성격은 무엇인가?
- ▶ 규범적 공백을 관통하는 구조적 원리는?
- ▶ 도래해야 할 저널리즘의 원칙과 가치는?

이론적 접근: Popular Journalism의 예외선언

Carl Schmitt
주권적 결단
자기-예외

Walter Benjamin
억압받는 자들의
예외상태

Giorgio Agamben
법력 없는 법의 힘
호모 사케르

Rancière-Laclau · Mouffe
치안 vs. 정치
경합적 민주주의

저널리즘 장(field)의 헤게모니 투쟁

Rancière: 치안(la police) vs. 정치(la politique)

한국 언론의 상태는 단순한 신뢰도 하락이나 경제적 위기가 아닌, 저널리즘 규범의 정의를 내릴 수 있는 자격과 관련된 "저널리즘 헤게모니 투쟁"

치안(la police)

사회적 몫(part)을 배분하고 누가 볼 수 있고 들릴 수 있는지를 미리 결정하는 '감각의 나눔(le partage du sensible)'

→ '전문성'과 '규범'을 내세운 유튜브 저널리즘 비판 = 치안 언어. 누가 저널리스트로 인식될 수 있는가를 미리 배분

정치(la politique)

배분에서 배제된 자들이 스스로를 '몫 없는 자들의 몫(la part des sans-part)'으로 가시화하는 행위

→ 유튜브 저널리즘의 등장 = 감각 배분에 이의를 제기하는 정치적 행위. Popular Journalism의 민주적 의미

불화(Mésentente)

단순한 의견 차이가 아니라, 말할 자격이 있는 자와 없는 자를 구분하는 배분 자체에 대한 이의 제기

→ 레거시 vs. 유튜브의 규범 논쟁 = 경합 가능한 상대방으로 인식하는 민주주의의 심화 실천

Part II

이론적 재배치: 헤게모니·예외상태·전환

예외상태와 배제된 자들의 예외 "정치"

Popular Journalism: 경합적 민주주의 저널리즘

Mouffe: 적대적 다원주의 — 민주주의의 조건으로서 불화와 경합

Populist Journalism (레거시의 규정)

- 유튜브를 '적-야' 논리로 탈정치화
- 기존 지배 질서를 자연화하는 헤게모니 전략
- '전문성' 담론으로 갈등을 기술적 문제로 환원
- 포퓰리즘 레이블 = 상대를 제거해야 할 '적'으로 구성

→ 슈미트적 '적대(antagonism)': 말할 자격 없는 타자를 생산하는 치안 언어

Popular Journalism (대안적 정의)

- 대중·인민적 시민 집단의 민주적 저널리즘 실천
- 갈등을 경합(agonism)으로 — 상대를 합법적 상대방으로 인식
- 저널리즘 규범의 복수성 인정
- 경합 공간 구성 = 민주적 저널리즘 생태계의 조건

→ 무폐적 '경합(agonism)': 불화를 민주적으로 관리하는 공론장

Agamben: '법이 적용되지 않는 법의 힘'

픽션적 예외상태 — 한국 사법 저널리즘 사례들

아감벤 개념

예외상태
규범이 효력은 있으나 실질적으로 정지된 공간

주권적 결단
규범 적용 여부를 결정하는 힘

법력 없는 법의 힘
법적 정당성 없이 법처럼 작동하는 강제력

호모 사케르
법 안에 있으나 법의 보호를 받지 못하는 존재

저널리즘의 예외상태

무죄추정·피의사실공표금지 존재하지만
수사·언론 보도 관행에서 구조적으로 작동 안함

검찰의 수사 정보 선택적 공개·유출
→ 사실상의 주권적 편집 권력으로 기능

수사 정보 유출 = 피의사실공표금지법 위반이나
공식 정보인 것처럼 수용됨

기소 전 피의자: 무죄추정 원칙 안에 있으나
'여론 재판'으로부터 실질적으로 보호받지 못함

치안으로서 '자기-예외' 결정

Carl Schmitt, 『정치신학』(1922) → 레거시 언론의 '치안'적 규정

"주권자는 예외를 결정하는 자다."

슈미트의 명제

규범은 정상적 상황을 전제로 하며
예외적 상황에서 스스로 적용될 수 없다

규범 적용 여부를 결정하는 것 자체가
이미 규범 외부의 결단(Entscheidung)

예외상태 = 법 외부의 공간이 아니라
법과 그 적용 사이의 공간

Self-regulation = Self-exception

Self-regulation이 레거시 언론의 신뢰·영향력·
경제적 생존을 위한 Self-exception 수단으로 작동

저널리즘 규범은 스스로 결정 권한 없음
→ 규범의 적용·정지 결정은 외부 이해관계의 결단

베버적 '소명(Beruf)' 아닌 카리스마적 결단의
합리화 논리 — 관행으로 전략한 전문직주의

'정치'로서의 예외상태 실천

Walter Benjamin, 『역사의 개념에 관하여』(1940)

"억압받는 자들의 전통은 우리에게 우리가 살고 있는 '예외상태'가 상례임을 가르쳐 준다. 진정한 예외상태를 도래하게 하는 것이 우리의 과제다."

레거시 언론의 예외상태

• 슈미트적 자기-예외: 일시적·기능적·자의적으로
관리·종료하는 자기 정치적 행위

• 전문화된 저널리즘에서 시민들의 인식·문화·삶
은 '예외상태'

• 레거시 언론에게 '일시적 예외'가 시민들에게는
'상시적 상례'

벤야민적 '진정한 예외상태' 선포

• 규범 공백의 정상화를 거부하고 새로운 질서를
구성하는 집합적 행위

• 예외상태를 일시 중지시키고 새로운 규범을 만
들어가는 과정을 통해 '저널리즘 공동체' 구성

→ 버틀러: 수행적 집회(performative assembly)
를 통한 주체 형성

적대하는 예외상태: Populist vs. Popular Journalism

이중적 예외상태 속 유튜브 저널리즘의 위상

슈미트적 예외: 주권적 남용

- 검찰 규범(피의사실공표금지)의 실질적 정지
- 저널리즘 규범(무죄추정·취재원 독립·양측 취재)의 실질적 정지
- 두 규범이 동시에 '효력은 있지만 적용되지 않는' 예외상태

벤야민적 예외: 시민들의 상례화

- 피의사실공표금지법 존재하나 적용 안 됨 = '일상'
- 무죄추정 선언되나 보도에서 존중 안 됨 = '관행'
- 정정보도는 예외, 유죄 암시 보도가 규칙인 언론 생태계

유튜브 저널리즘의 위상: 문지방 지대(soglia)

슈미트적 예외(레거시의 규범 무기화)와 벤야민적 예외(시민의 상례화된 규범 공백) 사이의
경계 지대에 위치
→ 이 불안정한 위상이 역설적으로 새로운 저널리즘 규범 창출의 조건

Part III

유튜브 저널리즘의 정식화

아감벤적 전환 — 자율 규범화의 조건과 원칙

유튜브 저널리즘 정식화

아감벤적 역설 — 배제의 상례가 새로운 창출의 조건

배제적 '예외상태'

저널리즘 규범의 공백상태가 아닌, 디지털 미디어 생태계에서 유튜브 저널리즘 창출의 역설적 조건

예외가 일상인 '호모 사케르'

배제가 역설적으로 새로운 저널리즘의 주체성 조건. 저널리즘의 민주적 기능과 제도적 정체성에 대한 요구로 전화

문지방(경계)지대 (Soglia)

저널리즘도 파퓰리즘도 아닌 식별 불가능의 지대 → 이 불안정한 위상이 역설적으로 창조성의 조건, 브리콜라주 서사 스타일, 생산적 양가성(가치와 수익), 형식적 구속에서의 자유

유튜브 저널리즘: 역동적 경계의 재구성

경험적 근거 — 저널리즘 정체성·수용자 기대·행위자의 변화

직업 정체성 → 민주적 기능 수행으로 전이

- COVID-19 변곡점: 의료인 유튜버의 신뢰 레거시 추월
- 저널리즘은 무엇인가(is)보다 무엇을 수행하는가(does)

수용자 기대 구조의 전이

- 크리에이터에게 진정성·투명성을 차별적으로 기대
- 언론 보도 재해석하며 '대항 프레임' 형성

새로운 '언론' 행위자들의 등장

- 뉴스플루언서(Newsfluencer)로서 저널리즘 경계 재설정
- 페미니스트·변호사·전직 언론인: 기존 매체 불가능한 가시성

유튜브 저널리즘의 정식화: 규범적 원칙

아감벤적 전환

- 01 민주적 기능 우선**
 Function over Professional Identity
 직업적 신분이 아니라 채널이 생산하는 콘텐츠의 기능이 판단 기준
 저널리즘은 무엇인가(is)보다 무엇을 수행하는가(does)
- 02 민주주의 반응 원칙**
 Responsive Democracy
 민주주의 위기 국면: 전투적 저널리즘
 민주주의 심화 시기: 숙의적 저널리즘
 → 민주주의 상태에 반응하는 유동적 원칙
- 03 선언적 투명성**
 Declared Transparency over Objectivism
 은폐된 중립성 대신 관점·한계·이해관계를 명시적 공개
 '정직한 편향'이 더 높은 신뢰를 생산 (베버: 인식론적 정직성)
- 04 관계적 저널리즘**
 Relational Journalism + Networked Co-work
 시민을 수용자가 아닌 정치적 공동체 구성원으로 인식
 네트워크 협업 — 단독·특종보다 생태계 내부 집합적 협업

기술 과잉시대 추가 원칙: Algorithmic 예외상태 조정

플랫폼 취약성(precarity)에 따른 집합 규범

- ▲ 알고리즘 포퓰리즘 가능성** → 조회수 극대화를 위한 자극적 콘텐츠 수렴 조정
 → 별도의 '저널리즘 가치 지표' 내부 운영
- ▲ 팬덤에 의한 포획 가능성** → 구독자 집단의 편향에 봉사하는 대신, 반론·불편한 사실을 정기적으로 공유
 → 콘텐츠에 경합(agonism) 반영
- ▲ 플랫폼 종속 가능성** → 유튜브 정책 변경에 무기력하게 통제될 가능성 최소화
 → 다중 플랫폼 전략·자체 구독·콘텐츠 DB 구축

참고문헌

Agamben, G. (2022). Stato di eccezione. 김항 역. 예외상태. 새물결.
 Banjac, S., & Hanusch, F. (2022). A question of perspective: Exploring audiences' views of journalistic boundaries. *New Media & Society*, 24(3), 705-723.
 Benjamin, W. (2003). *On the concept of history*. Harvard University Press.
 Bock, M. A. et al. (2023). Narrative authority in online video: Legacy media and digital native production styles. *New Media & Society*, 27(5), 2826-2845.
 Butler, J. (2023). What World Is This? 김용산 역. 지금은 대체 어떤 세계인가. 창비.
 Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181.
 Ejaz, W., Fletcher, R., Nielsen, R. K., & McGregor, S. C. (2024). What do people want? Views on platforms and the digital public sphere in eight countries. Reuters Institute for the Study of Journalism.
 Fischer, T.-S., Kolo, C., & Mothes, C. (2022). Political influencers on YouTube: Business strategies and content characteristics. *Media and Communication*, 10(1), 259-271.
 Glatt, Z. and Banet-WPeconomies of visibility and the political potential of feminist YouTubers'. Cunningham and David Craig (eds.) *Creator Culture: An Introduction to Global Social Media Entertainment*. New York, USA: NYU Press.
 Hall, C. J. (2025). Platform journalism on YouTube: A democratic functions approach to analysing journalism on digital platforms. *Australian Journalism Review*, 47(1), 97-115.
 Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
 Haugfos, P., Dahl, J. M., Kratzer, J., & Wolf, I. (2024). Branding or visual storytelling? How legacy media use visual journalism to reach young people in the age of digitalization. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 1-24.
 Higdon, N., & Lyons, J. (2022). The other populist media: The rise of the prog-left and the decline of legacy media? *Democratic Communication*, 31(1), 3-23.
 Hurcombe, E. (2025). Conceptualising the "Newsfluencer": Intersecting Trajectories in Online Content Creation and Platformised Journalism. *Digital Journalism*, 13(9), 1523-1534.
 Kulkarni, S., Thomas, R., Komorowski, M., & Lewis, J. (2022). Innovating Online Journalism: New Ways of Storytelling. *Journalism Practice*, 17(9), 1845-1863.
 Kim, B., Lin, H., & Kim, Y. (2024). Interplay of agenda setters in the digital age: The associative issue network between news organizations and political YouTube channels. *Computers in Human Behavior*, 155, 108-169.
 Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. 이승원 역. 포퓰리즘 이성. 빨간소금.
 Lewis, S. (2019). Lack of trust in the news media, institutional weakness, and relational journalism as a potential way forward. *Journalism*, 20(1), 44-47.
 Mouffe, C. (2019). *For a Left Populism*. 좌파 포퓰리즘을 위하여. 이승원 역. 문학세계사.
 Neuberger, C. (2024). How journalism adapted the Internet in Germany: Results of six newsroom surveys (1997-2014). *Journalism*, 25(10), 1070-1091.
 Newman, N. (2022, December 8). How publishers are learning to create and distribute news on TikTok. Reuters Institute for the Study of Journalism.
 Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). Mapping news creators and influencers in social and video networks. Reuters Institute for the Study of Journalism.
 Newman, N. (2026). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2026*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
 Ngoc, N. M. (2022). Journalism and social media: The transformation of journalism in the age of social media and online news. *European Journal of Social Sciences Studies*, 7(6), 54-61.
 Peer, L., & Ksiazek, T. B. (2011). YouTube and the challenge to journalism: New standards for news videos online. *Journalism Studies*, 12(1), 45-63.
 Peters, C., & Broersma, M. (Eds.). (2013). *Rethinking journalism*. Routledge.
 Rancière, J. (2009). *자크 랑시에르와의 대화: 피곤한 사람들은 어쩔 수 없이*. 박영옥 역. 인간사랑.
 Robertson, C., Arguedas, A. R., Mukherjee, M., & Fletcher, R. (2026). Understanding young news audiences at a time of rapid change. Reuters Institute for the Study of Journalism.
 Schmitt, C. (2010). *정치신학*. 김항 역. 그린비.
 Schmitt, C. (2012). *정치적인 것의 개념*. 김효진·정태호 역. 살림.
 Schudson, M. (2011). *The sociology of news* (2nd ed.). W. W. Norton.
 van Dijk, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society*. Oxford UP.
 Stokel-Walker, C. (2020). Covid-19: The doctors turned YouTubers. *BMJ*, 369, m1563.
 Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & Sixto-García, J. (2022). Mind the gap! Journalism on social media and news consumption among young audiences. *International Journal of Communication*, 16, 3823-3843.
 Weber, M. (2023). *직업으로서의 과학/직업으로서의 정치*. 김덕영 역. 길.
 Willig, I. (2022). From audiences to data points: The role of media agencies in the platformization of the news media industry. *Media, Culture & Society*, 44(1), 56-71.

감사합니다.

채영길 | 한국외국어대학교 미디어커뮤니케이션학부

yg_chae@hufs.ac.kr

