

신문과 언론방송

05

커버스토리

언론사 인재 공백: 떠나는 언론인, 줄어드는 지원자

미디어 트렌드

미디어 리뷰

미디어 인사이트

취재기 제작기

글로벌 미디어 현장

아이디어스

시가 가져올 미디어 생태계 변화

연구: 《신문의 지면 편집은 무엇을 지향하는가》

대담: 언론사 변호사 이야기

조선일보 <12대88의 사회를 넘자> 취재기

뉴욕 증시 상장한 레드(REDIT)

AI 시대 뉴스 저작권 포럼 발족

월간 《신문과방송》은 1964년 창간, 60년 전통을 지닌 미디어 전문 월간지입니다.
 독자 여러분께 더 가까이 다가가기 위해 공식 블로그와 뉴스레터 채널을 운영하고 있습니다.
 온라인 채널에서 《신문과방송》 기사 전문과 카드뉴스를 만나보세요.
 댓글을 통해 독자 여러분의 다양한 의견도 받습니다.
 여러분의 소중한 의견을 반영해 더 나은 미디어 전문지로 거듭나겠습니다.

온라인에서 《신문과방송》을 만나보세요!



https://blog.naver.com/kpfjra_
 《신문과방송》 공식 블로그



<http://bit.ly/sinbangletter>
 《신문과방송》 뉴스레터 구독

QR코드로 찾아가기

01



QR코드 앱 설치

02



월간 《신문과방송》 뒤표지에
 인쇄된 QR코드 스캔

03



QR코드 인식 후 뜨는 URL 터치하면 블로그,
 뉴스레터 구독으로 연결

5월호를 발간하며

《신문과방송》 2024년 5월호는 언론사의 인재 공백에 대해 이야기합니다. 지난 4월호에서 한 젊은 언론인은 외부로 유출되는 동료들을 보며, 언론인으로서의 미래를 고민했습니다. 그리고 이에 대한 답글에서 우리는 비관적 언론 환경에서도 저널리즘의 가치를 지켜나가는 언론인에 대한 격려와 자부심을 환기할 수 있었습니다. 하지만 고민은 여전히 남습니다. 우수한 인재가 어려운 과정을 거쳐 입사한 언론사를 등지고 떠나는 현상이 계속되고 있기 때문입니다. 더군다나 점차 기자 지망생의 수가 줄어들고 있다는 이야기도 들립니다. 예전처럼 훌륭한 재목을 찾아내기 어려운 상황이 되는 것이지요.

소위 ‘언론고시’라 불리는 길고 어려운 과정을 통과한 그들은 왜 이 길을 떠나고 있는 걸까요? 한때 선망받던 직업이었던 언론인은 왜 취업 현장에서 외면받는 걸까요? 단순히 언론 환경과 언론인에 대한 사회적 인식이 변화했기 때문만으로 보기는 어렵습니다. 혹시 언론사의 채용 과정이 이 변화를 따라가지 못했기 때문은 아닐까요? 5월 커버스토리에서는 현재 언론사의 채용 방식을 짚어보고, 방향성을 제시했습니다. 예비 언론인 5명이 모여 채용 과정에서 느낀 문제점과 개선 방안도 허심탄회하게 이야기했습니다. 덧붙여 젊은 기자들이 입사 전후 느끼는 괴리감, 실망감의 원인도 짚어보았습니다. 국내의 언론 환경에 모두 적용하긴 어렵지만, 해외의 언론사 채용 방식도 살펴볼 만한 지점입니다.

예전에 한 기업의 광고에서는 ‘사람이 미래’라고 했습니다. 이 시대에 여전히 이 문장이 유효할지는 불확실

하지만, 사람이 없는 미래를 상상하기 어려운 것도 사실입니다. 그런 의미에서 언론의 미래를 그려나갈 훌륭한 젊은 언론인들이 계속 태어나기를 바랍니다. 이번 기획이 언론사와 젊은 언론인, 혹은 예비 언론인들이 같은 곳을 바라보는 기회가 될 수 있었으면 합니다.

그 밖에도 《신문과방송》 5월호에는 신문의 지면 편집이 무엇을 지향해야 하는가라는 질문에 대한 답을 찾기 위해 편집국에서 상주한 연구진들의 노력을 담았습니다. 또한 달라진 미디어 환경에서 언론인이 맞닥뜨리는 여러 가지 법률적 상황에 어떻게 대처해야 할지 ‘언론사의 방패’인 언론 전문 변호사 4명의 생생한 대화를 통해 알아봅니다. 한편, 생성형 AI와 뉴스 저작권이라는 뜨거운 이슈를 언론계에서 어떻게 해결해 나갈지도 전망해 봅니다.

지난 4월 9일 있었던 《신문과방송》 60주년 기념행사에는 독자 여러분의 애정과 관심이 가득했습니다. 마음속 깊은 곳에서부터 올라오는 감사와 책임감에 어깨가 더욱 무거워졌습니다. 여러분이 주신 아낌없는 격려가, 바로 언론과 저널리즘에 대한 《신문과방송》의 책임과 중요성을 잘 지키란 뜻인 것을 알고 있기 때문입니다. 60주년을 계기로 《신문과방송》은 다시 신발 끈을 고쳐 묶고 긴 여정을 시작합니다. 그 여정의 기점인 5월호입니다. 언제나 함께 해주시는 독자 여러분, 진심으로 감사드립니다.

《신문과방송》 편집팀

CONTENTS



최근 주니어 언론인의 이직 사례가 적지 않다. 언론사를 지망하는 인재도 점차 줄어들고 있다. 언론인이 점차 비인기 직종이 되고 있는 현실, 그 현황과 시사점을 짚어보고 개선 방향을 살펴본다.

03 5월호를 발간하며

《신문과방송》편집팀

커버스토리

언론사 인재 공백: 떠나는 언론인, 줄어드는 지원자



- 08 언론사 채용, 현황과 문제점 진단
논술로 뽑는 언론인?
취재와 기사 작성 능력이 먼저다
송상근 이화여대 저널리즘교육원 특임교수
- 12 언론사 이탈하는 주니어 기자 실태
한 명 한 명이 소중한 자원, 더는 회사 등지지 않도록
채윤경 JTBC 기자
- 15 예비 언론인, 언론사 채용을 말하다
채용에도 '친질'이 필요한 시대,
언론사 입사에도 배려와 설명 있어야
제정임 세명대 저널리즘대학원장
남유원 한국언론진흥재단 산업분석팀 과장
- 22 새로운 채용 방식의 도입 필요성:
미국 채용 제도와의 비교 및 제언
능력별 오픈마켓인 美 언론사 채용
기자 개인의 경쟁력 평가가 핵심
문영은 애리조나주립대 박사 후 연구원

미디어 트렌드

- 26 AI가 가져올 미디어 생태계 변화
영상 생성 AI '소라'의 등장
미디어 산업의 기회일까, 위기일까
권택경 IT동아기자
- 29 넷플릭스와 영국 작가 조합 계약의 의미
저작권, 양도가 아닌 지속
글로벌 연대가 최초로 이끌어낸 결과
유건식 KBS 시청자서비스부 박사,
성균관대 미디어문화융합대학원 초빙교수
- 33 팩트체크 현황 점검
'선거'에서 '탕후루'까지
아이템 선정이 '팩트체크'의 관건
박세용 SBS 기자
- 37 AI와 함께 작성한 기사가 풀리처상 최종 후보에
결국 뉴스 가치의 최종 보루는
인간 기자라는 점 보여주게 될 것
최순욱 네이버깊이(주) 이사

미디어 리뷰

- 41 연구: 《신문의 지면 편집은 무엇을 지향하는가》
편집국에서의 61일,
뉴스에 대한 헌신과 희망을 보다
배진아 공주대 영상학과 교수
윤석민 서울대 언론정보학과 교수
- 45 2024 국제 저널리즘 페스티벌 참가기
관점과 통찰을 원하는 뉴스 소비자,
AI 시대에도 저널리즘의 본질이 중요한 이유
이승찬 한국외대 미디어커뮤니케이션학 박사수료
- 50 북리뷰: 《고통 구경하는 사회》
구경과 목격 사이 그 어딘가
뉴스의 현재 위치를 생각한다
변은샘 부산일보 기자

미디어 인사이드

- 55 대담: 언론사 변호사 이야기
급변하는 미디어 법적 이슈,
가치의 충돌 속에서 균형잡는 조연자
김민정 한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수
- 61 언론상담소: 기자의 일과 육아
기자만의 고민이 아닌 우리 사회의 문제
언론계가 앞장서 다양한 근로 형태 정착시켜야
권정두 시사위크 기자

취재기 제작기

- 65 조선일보 <12대88의 사회를 넘자> 취재기
보수 신문과 노동 단체가 뭉쳤다?
'상생'의 가치로 가능했던 시도
정한국 조선일보 기자
- 70 JTBC <공지 물린 수천명 살린 '사채 피해자들의 성자'...
16년 만에 은퇴> 취재기
누군가를 살리고 사회를 바꾼다
언론 보도가 만드는 기적
최광일 JTBC PD
- 74 경인일보 <시그널: 속된 전세들의 경고> 취재기
빅데이터로 만든 전세가율 지도
독자와 관계 기관 움직이다
김준석 경인일보 기자

글로벌 미디어 현장

- 80 미국_ 뉴욕 증시 상장한 레드잇(Reddit)
온라인 커뮤니티의 문제아,
뉴욕 증시에 입성하다
최재원 노스웨스턴대 박사 후 연구원
- 84 프랑스_ 파리 올림픽 앞으로 100일
파리 시내를 경기장으로?
프랑스 언론의 불안한 시선
조영중 KBS PD
- 90 호주_ 뉴스 사용자 지급 거부한 메타
페이스북뉴스 서비스 중단이
뉴스 산업계에 가져올 파장
이지영 캔버라대 미디어커뮤니케이션학과 교수

아이디어스

- 94 AI 시대 뉴스 저작권 포럼 발족
언론계가 새로운 기술 환경에
공동 대응하는 모범사례 되어야
김선호 한국언론진흥재단 미디어연구센터장

발행인 김효재 편집인 남정호 기획위원 김동선 이투데이 기자/ 김민기 슬리버 대표/김지선 전자신문 기자/류현정 조선비즈 기자/박영훈 한국언론진흥재단 선임연구위원/이윤석 JTBC 기자/이현우 한국언론진흥재단 선임연구위원/최민근 MBC PD/최지향 이화여대 교수 편집팀 삼하영 팀장/남유원 기자/이미현 기자/유광중 기자/김은서 인턴 등록 1964년 3월 26일 라-1881호 발행 2024년 5월 발행처 한국언론진흥재단 주소 04520 서울 중구 세종대로 124 전화 02-2001-7756 팩스 02-2001-7740 편집·제작 플러스81스튜디오 표지 일러스트 이혜리 인쇄 (사)한국장애인이워크협회일자리사업장 정기구독신청 <http://bit.ly/sinbangsubs> 이메일 sinbang@kpf.or.kr 1년 구독료 4만 원(날권 4,000원) 계좌번호 기업은행 035-034325-01-426(예금주:한국언론진흥재단) / 입금 후 신문과방송 구독페이지(<http://bit.ly/sinbangsubs>)에서 구독정보를 등록해주세요. 뉴스레터 구독 <http://bit.ly/sinbangletter>

NEWSPAPER &
BROADCASTING

커버스토리



언론사 인재 공백
떠나는 언론인
줄어드는 지원자



- 08** 언론사 채용, 현황과 문제점 진단
논술로 뽑는 언론인?
취재와 기사 작성 능력이 먼저다
송상근 이화여대 저널리즘교육원 특임교수
- 12** 언론사 이탈하는 주니어 기자 실태
한 명 한 명이 소중한 자원, 더는 회사 등지지 않도록
채윤경 JTBC 기자
- 15** 예비 언론인, 언론사 채용을 말하다
채용에도 ‘친절’이 필요한 시대,
언론사 입사에도 배려와 설명 있어야
제정임 세명대 저널리즘대학원장
남유원 한국언론진흥재단 산업분석팀 과장
- 22** 새로운 채용 방식의 도입 필요성: 미국 채용 제도와의 비교 및 제언
능력별 오픈마켓인 美 언론사 채용
기자 개인의 경쟁력 평가가 핵심
문영은 에리조나주립대 박사 후 연구원

언론사 채용, 현황과 문제점 진단

논술로 뽑는 언론인? 취재와 기사 작성 능력이 먼저다

송상근 이화여대 저널리즘교육원 특임교수

위상이 예전만 못하다 해도, 여전히 기자가 되기 위해서는 좁은 문을 통과해야 한다. 그럼에도 높은 경쟁률을 뚫고 어렵게 합격한 기자들이 입사 직후 그만두는 사례가 적지 않다. 점차 외면받는 직종이 되어 가는 언론인, 채용 방식의 개선을 통해 해결책을 모색해본다. 편집자 주

필자가 근무하는 이화여대 저널리즘교육원 윤세영저널리즘스쿨(YJS)에서는 기자 지망생에게 언론 윤리와 취재 실무를 가르친다. 연말에 새 기수를 선발하려고 면접할 때마다 답답하다. 존경하거나 기억에 남는 기사를 물으면 대부분 난감한 표정을 짓는다. “갑자기 생각나지는 않지만...”이라며 머뭇거리다가 인턴 시절에 알았던 기자 이름을 말하는 정도. 지원서를 보면 언론에 관심이 많고 기자가 되려는 의욕이 넘친다. 그런데도 롤모델로 삼을만한 기사를 말하지 못한다. 축구선수가 되겠다면서 손흥민과 메시를 모른다?

답답함은 교육과정에서도 마찬가지다. 문장과 기사 기초부터 지도하는데 기본기가 매우 부족하다. 감을 잡게 하려면 상당한 인내가 필요하다.

“잘못된 교육을 마치고 저널리즘스쿨에 들어온 학생들의 수준은 한심하다. 명사와 대명사를 경우에

맞게 서로 조용시킬 줄 아는 학생이 드물다. 형용사를 엉뚱한 자리에 갖다 놓는 바람에 문장이 뒤엉키는 학생들이 준비하기 때문에, 저널리즘스쿨의 첫 강의를 문장 기초교육에 할애하는 형편이다.”

새뮤얼 프리드먼(Samuel G. Freedman) 컬럼비아저널리즘스쿨 교수가 《미래의 저널리스트에게 (Letters to a young journalist)》에서 했던 말이다. 내 심경과 똑같아서 수업 시간에 읽게 하면 학생들도 웃는다.

기자 지망생이 논술에 목매는 현실

기자가 되기를 희망하지만, 지망생은 언론과 기사와 기사에 대해 잘 모른다. 문제는 기자에게 필요한 자질을 가르쳐도 지망생이 교육에 올인하기 힘든 현

“

수습 기자에게 사실적 글쓰기 역량이 필요하지만, 지망생에게 의견성 글쓰기 역량을 평가하니 시험에 합격하려면 논술에 목을 매야 한다. 탈락자가 가장 많이 나오는 전형 단계라서 지망생은 취재 보도 실습이 아니라 논술에 목을 맨다. 사실 학원 강의에 몇십만 원을 낸다. 취재를 잘하고, 기사를 잘 쓰는 지망생이 아니라 논술을 잘 쓰는 지망생에게 유리하다.

”

실에 있다. 언론 윤리를 열심히 공부하고 취재 보도를 성실하게 실습해도 지금 같은 수습 기자 시험에서는 유리하지 않기 때문이다.

국내 언론은 서류 전형-필기-실무 평가-면접의 순서로 수습 기자를 뽑는다. 전형의 앞 단계인 필기시험이 문제다. 논술이 특히 그렇다. 대부분 언론사가 국내외 시사 이슈에서 문제를 낸다. 정치·경제·사회·국제 같은 분야를 중심으로 논제를 만들고 의견을 논리적으로 정리하게 한다.

입사 전에는 이렇게 사실과 칼럼 비슷한 글을 익혀야 한다. 입사 뒤에는 다른 일을 해야 한다. 취재와 기사 쓰기가 주요 업무. 사실을 파악하고 정확하게 정리하는 능력이 필요하다. 지망생에게 요구하는 역량과 수습 기자에게 요구하는 역량이 일치하지 않는다. 채용 연계형 인턴은 2주~2개월 동안 취재 보도를 중심으로 기자 자질을 평가한다. 하지만 이런 인턴을 선발하는 과정에도 논술 중심의 필기시험을 치르게 한다.

수습 기자에게 사실적 글쓰기 역량이 필요하지만, 지망생에게 의견성 글쓰기 역량을 평가하니 시험에 합격하려면 논술에 목을 매야 한다. 탈락자가 가장

많이 나오는 전형 단계라서 지망생은 취재 보도 실습이 아니라 논술에 목을 맨다. 사실 학원 강의에 몇십만 원을 낸다. 취재를 잘하고 기사를 잘 쓰는 지망생이 아니라 논술을 잘 쓰는 지망생에게 유리하다. 이런 전형이 어떤 문제를 낳을까?

중앙일보·JTBC 사례를 보자. 2023년에 수습 기자 7명을 선발했다. 그중 1명은 이미 다른 언론사 입사를 결정하여, 실제 입사자는 6명이었다. 그런데 중앙일보에 배치한 5명 중에서 1명이 1주일 만에, 다른 1명이 1개월 만에 퇴사했다. 조선일보는 2023년 합격자 10명 중에서 1명이 3주 만에 그만뒀다. 또 2022년 합격자 13명 중에서 1명이 1개월 만에, 다른 1명이 3개월 만에 그만뒀다. 다음은 MBC. 2021년 합격자 9명 중에서 2명이 사표를 냈다. 1명은 2~3주 만에, 다른 1명은 수습을 끝내고 1개월 만에 사표를 냈다. 이에 앞서 2020년 합격자 7명 중에서 1명이 일찍 퇴사했다.

기자 이탈은 어제오늘 일이 아니다. 2000년대 이후 인터넷 등장과 모바일 확산으로 미디어 환경이 급변하면서 늘었다. 신문과 방송을 중심으로 전통 언론의 영향력이 줄어들고 기자직 위상이 낮아졌음은 언론계 내외부가 모두 안다. 적어도 2010년대 이후에 이런 사실을 모르는 상태에서 기사를 준비하거나 입사하지는 않았다고 필자는 생각한다.

시험 과목과 문제 유형이라도 바꾸자

전통 언론이 어려운 상황임을 이미 알았는데, 높은 경쟁률을 뚫고 합격했는데, 수습 기자가 왜 입사 직후에 그만둘까? 퇴사자 동기나 선후배와 얘기했더니 공통점이 보였다. 이유가 크게 세 가지였다고 한다. 언론사가 적성에 맞지 않았다. 기자 생활이 생각

- 1) 귀하는 지금 서울특별시장과의 기자회견에 나갈 준비를 하고있다. 시장에게 질문할 5가지 사항을 간단히 메모하라.
- 2) 국민학교 개학을 스케치한 글을 원고지 5장으로 쓰라.
- 3) 다음사항을 토대로한 기사를 원고지 10장 안팎으로 쓰라.
 - ① 교통사고
 - ② 6일 오후 7시경
 - ③ 전남 화순군 화순면 너릿재
 - ④ 언덕높이 약 30m
 - ⑤ A여객소속 지행버스
 - ⑥ 광주~고흥간 운행
 - ⑦ 정원 60명
 - ⑧ 브레이크파열이 원인
 - ⑨ 승객 120명중 30명 사망, 나머지는 중상 또는경상

1971년 동아일보 기자 채용 필기시험 문제
 <출처 - 신문평론, 1971년 여름호>

과 달랐다. 취재가 힘들었다. 적성에 맞지 않았는데 언론사에 왜 지원했을까? 입사 전에는 기자가 어떤 직업이라고 생각했기에 입사 후에 다르다고 느꼈을까? 취재가 쉽지 않은 일임을 전에는 몰랐나?

논술 비중이 높은 시험으로는 기자직이 적성에 맞지 않는 지망생, 언론 현실을 정확히 알지 못하는 지망생, 취재 경험이 거의 없는 지망생을 가려내기가 쉽지 않다. 이번 글의 결론을 미리 말하면, 선발 방식을 바꿔야 기자직이 적성에 맞는 지원자, 언론 현실을 제대로 아는 지원자, 취재를 많이 경험한 지원자를 찾을 수 있다.

한국은 민관 모두 시험으로 인적자원을 충원한다. 조선시대의 과거(科擧)처럼 말이다. 공정성을 중요한 가치로 생각하는 사회에서 시험이 아닌 절차, 예

를 들어 서류전형과 추천으로 신입사원을 뽑기는 힘들다. 그렇다면 운용의 묘가 필요하다. 어떻게 해야 언론과 기자와 뉴스에 대해 잘 알고, 취재 보도를 잘 하는 지망생을 뽑을까?

필자는 시험제도를 유지한다면, 과목과 문제 유형이라도 바꾸자고 제안한다. 지금은 국내외 현안을 중심으로 논제를 제시한다. 이런 논제를 언론-기자-뉴스와 관련한 내용에서 출제하면 어떨까? 언론의 역할, 기자의 윤리, 취재 원칙, 우수 보도를 키워드로 해서 논제를 만들자는 얘기가.

KBS의 2022년 논술 문제가 좋은 사례다. 기사 2개 중에서 하나를 선택하고 다음과 같이 세 가지를 정리하도록 했다. ①두 기사 내용이 오늘 발생했다. 둘 중 하나만 오늘 9시 뉴스에서 리포트 할 수 있다. 어떤 기사가 9시 뉴스에서 보도하기에 더 적합한지 논하라 ②위에서 선택한 기사를 리포트 하려고 한다. 취재원 3명에게 하려는 질문을 2개씩 만들고, 목적을 간략히 쓰시오 ③두 기사를 모두 9시 뉴스에서 방송하는 경우에 각각의 앵커 멘트를 5줄 이내로 쓰시오.

또 다른 유형은 실제 기사 쓰기다. 예를 들어 자료를 주고 기사를 쓰거나, 긴 기사를 짧은 기사로 압축하는 식이다. 또 신문 기사를 방송 기사로 다시 정리

1. 아래에 적은 몇가지를 바탕으로해서 불기사를 작성하라.
 - ① 때 2월 1일 밤 11시
 - ② 곳 ○○경찰서
 - ③ 날씨는 영하 12도에 강한 북서풍
2. 지난 2월 19일은 24절후(節候)중의 하나였다. 계절 감각을 살린 기사를 400자 이내로 쓰라.

1977년 MBC 기자 채용 필기시험 문제
 <출처 - 신문평론, 1977년 6월호>

“

필기 전형이든 채용 연계형 인턴이든, 그리고 어느 단계에서든 필기시험이 꼭 필요하다? 그렇다면 취재와 기사 쓰기를 잘하는 지원자가 유리하도록 과목과 문제를 만들어야 하지 않을까? 언론과 기자와 뉴스를 이론과 실무 모두 잘 알수록 기자 일을 잘할 테니 말이다.

”

하거나, 이야기체 기사를 역피라미드 기사로 바꾸거나, 역피라미드 기사의 본문을 제시하고 리드를 쓰는 식도 가능하다. 뉴스를 많이 읽고, 실제로 썼던 경험이 있어야 유리하다. 필기시험 단계는 지원자가 많으니, 분량이 짧고, 형식이 단순해도 좋다. 국내 언론이 1960년대와 1970년대에 이렇게 출제했었다. 당시에 필기시험은 국어, 영어, 상식 위주였지만, 상당수 언론이 기사 쓰기를 별도 과목으로 뒀다.

한국일보 1967년 문제를 보자. 부총리 겸 경제기획원 장관의 기자회견 기사를 200자 원고지 5장 이내로 쓰라고 했다. 자료 주제는 ‘국민생활심의위원회 신설’로 위원회의 목적, 시기, 주체, 기능, 효과를 설명했다. 동아일보는 1971년 문제에서 화재 기사를 쓰라며 일시, 장소, 날씨 같은 기본 정보를 제시했다. MBC는 1977년에 기사 쓰기 문제로 3개를 냈다. ①서울시장 기자회견에서 질문할 사항 5개를 간단히 메모하라 ②초등학교 개학을 스케치한 글을 원고지 5장으로 쓰라 ③교통사고와 관련한 정보 9개를 활용해서 기사를 원고지 10장 안팎으로 쓰라. 문항 숫자와 분량과 형식을 조정하면 지금 시대에 충분히 활용할 만하다.

지원자에게 보다 친절해지자

최근 실무 평가는 취재와 기사 쓰기 위주여서 기자 자질을 파악하기에 적합하다고 생각한다. 지방생은 주제를 받으면, 현장에서 취재하고, 회사로 돌아와 기사를 쓴다. 취재원은 실명이어야 하고, 수첩과 사진을 함께 제출하므로 취재 결과는 물론 취재 과정까지 나온다. 방송사 시험에서는 자료를 주고 취재원에게 질문하거나 리포트를 하게 만든다. 이런 평가를 더욱 강화할수록 좋다.

필기 전형이든 채용 연계형 인턴이든, 그리고 어느 단계에서든 필기시험이 꼭 필요하다? 그렇다면 취재와 기사 쓰기를 잘하는 지원자가 유리하도록 과목과 문제를 만들어야 하지 않을까? 언론과 기자와 뉴스를 이론과 실무 모두 잘 알수록 기자 일을 잘할 테니 말이다. 유명 언론인 이름을 들어본 적이 없고, 뉴스를 많이 읽지 않고, 취재 보도를 했던 적이 없는데 기자로 뽑는다? 손흥민 선수를 모르고, 경기를 자주 보지 않았고, 공을 찼던 적이 없는데도 축구선수를 꿈꾼다고 프로구단이 계약하는 셈이나 마찬가지다.

마지막으로 꼭 하고 싶은 말이 있다. 시험 방식을 바꾸면서 언론사가 입사 지원자에게 조금 더 친절하기를 희망한다. 전형 단계와 시험 과목을 줄이고, 일정을 몇 개월 전에 예고하고, 단계별 합격 여부를 미리 공지한 일시에 알려주기를. 채용 연계형 인턴은 활동 기간을 줄이고 전환율을 높이기를. 언론이 존중받지 못하는 시대에 기자가 되겠다니 대견하지 않은가? 지원자가 점점 줄어도, 언론을 빛낼 보석이 어딘가는 있을 테니 정성 들여 찾기를. 📌

언론사 이탈하는 주니어 기자 실태 한 명 한 명이 소중한 자원, 더는 회사 등지지 않도록

채윤경 JTBC 기자

언론사가 새로운 미디어 환경에서 고군분투하는 사이 기자들에게 요구되는 업무량은 급증했다. 어렵게 업계에 들어온 10년 차 전후 기자들은 제대로 교육받지도 못한 채 격무에 시달리다 이직을 결심하는 경우가 늘고 있다. 현장에서 본 주니어 기자들의 언론사 이탈 현황과 시사점을 짚어본다. 편집자 주

“일주일에 한 명꼴로 사직서를 쓰고 있다. 중앙일보·JTBC 노조 조합원 중 올해 퇴사를 결심한 기자가 8명이다. 이들의 평균 근속연수는 5년으로 전례 없는 저연차 인력 유출이다.”

지난 3월 발행된 중앙노보의 첫 문장이다. 노보는 한 주에 한 명꼴로 회사를 그만두고 있다고 전했다. 저연차 기자의 이탈은 중앙일보, JTBC만의 문제가 아니다. 조선일보는 2022년 5월 노보를 통해 지난 10년 간 조선일보에 입사한 기자 106명 중 40명이 퇴사했다고 밝혔다. 젊은 기자들의 40%가 언론사를 떠나 다른 업종으로 전직을 택한 것이다. 조선일보 기자들은 언론 인터뷰에서 이를 두고 “이직 사관학교가 된 것 같다”고 표현하기도 했다. 한겨레는

2019년 1월 노보에서 지난 1년 사이 10명이 회사를 떠났다고 보도했고, 채널A도 같은 해 10여 명이 이직했다는 소식을 알렸다. 모두 10년 차 전후의 젊은 기자들이다.

주니어 기자들이 업계를 떠나는 것은 예상로운 일이 아니다. 더욱이 퇴사 후 갈 곳을 정하지 않고 그만두는 사례가 늘어나는 것도 이례적이다. 얼마 전 회사를 떠난 후배는 “별다른 계획은 없다”고 했다. 또 다른 후배는 “우선은 좀 쉬려고요. 더는 이 일에 미련이 없어요”라는 말을 남겼다. 재취업이나 전직이 아닌 ‘일단 언론사를 떠나겠다’는 마음이 더 크다는 건 상당한 위기다. 언론사가 젊은 인재 입장에서 ‘일하고 성장하기에 적합하지 않은 곳’이라는 방증이기 때문이다.

채용 과정이 너무 길다

언론사 채용 과정은 단순하지 않다. 대부분 서류 심사-필기(논술, 작문)-현장 취재(기사 작성) 겸 면접-최종 면접의 과정을 거친다. 근래엔 채용 전환형 인턴제를 택하는 회사도 늘었다. 인턴 기간 현장 취재와 기사 작성 능력, 보고 태도와 성실성을 포함한 업무 능력을 직접 확인한 뒤 일부만 정직원으로 전환하는 형태다. 시험으로 확인하기 어려운 점을 꼼꼼히 들여다보겠다는 의도로 풀이되지만, 취업준비생에겐 가혹한 벽이고, 다른 취업 기회를 포기해 가며 금쪽같은 시간을 투자해야 하는 잔인한 과정이다.

그나마 공채를 진행하는 회사는 형편이 나은 축에 속한다. 최근엔 신입 채용을 대폭 줄이고 기본기를 훈련한 경력 기사를 뽑는 것을 선호하는 회사도 늘어나고 있다. 채용과 신입 기자 교육에 들어가는 각종 비용을 줄이고 바로 현장을 뿔 수 있는 인력을 찾겠다는 취지다. 이 때문에 취업준비생들은 인터넷 기반 언론사나 군소 매체에서 일하며 경력을 쌓아 여러 차례 이직하는 방식을 택하도록 내몰리고 있다. 기성 언론사 입사가 점점 사회 초년생들에게 높은 벽이 되어가는 셈이다.

막상 입사하면 교육이 없다

지난한 과정을 거쳐 합격해도 기쁨은 잠시, 격무가 기다린다. 그래도 과거엔 낭만이 있었다. 십수 년 전 입사했을 당시 필자는 선배들의 전폭적인 지지와 교육을 받았다. 수습 기간 취재 방법부터 출입처의 기본, 기사 작성 기초 등을 가혹하리만큼 강하게 교육받았다. 이 과정을 통해 기자는 현장을 찾고, 사람을 만나고, 각종 문건을 분석하고, 사회 문제를 보

여주는 단면을 찾아내 정리된 글로 독자에게 전달한다는 기본을 체득할 수 있었다. 신입 기자들이 그간 거친 현장에 내던져지면서도 버티는 건 성장하고 있다는 감각이 있었기 때문이다. 어렵게 쓴 기사가 가져오는 변화에 놀라기도 하고, 내 기사에 수많은 선배의 손길이 더해지는 것을 경험하며 사랑받고 있다는 것을 느끼기도 했다.

하지만 지금은 많은 언론사가 교육 기능을 상실했다. 도제식 교육의 문제가 지적되면서 합리적인 교육을 한다는 표면적 이유도 있지만, 현실은 구성원 대부분이 격무에 시달려 교육할 시간을 확보하지 못하고 있다고 보는 게 더 맞을 것이다. 그 결과 정제되지 않은 기사를 앞다투어 출고하고, 정보 보고가 곧 기사가 되는 일도 많다.

언론사의 게이트키퍼 기능이 약해지고 받아쓰기식 보도가 늘어나면서 주니어 기자들은 언론 본연의 역할을 배우지 못한 채 소모품처럼 쓰이고, 빠르게 탈진한다.

“정말 제 기사가 이대로 나가도 될까 불안한데 봐주는 사람이 없어요. 매일 제자리걸음 하는 것 같아요.”

“좋은 기사까지는 바라지도 않아요. 기사가 뭘지는 알려줬으면 좋겠는데 많이 쓰라고만 하니 더듬으며 길 찾는 기분이에요.”

“사회부에서 일을 배우고 싶었는데 온라인 팀에 발령이 났어요. 1년 내내 인터넷 서핑하면서 흥밋거리를 찾아서 빠르게 베끼는 게 주 업무였는데 뒤늦게 사회부 발령이 나니 취재 자체가 힘들더라고요. 못하겠다는 생각이 들고요.”

주니어 기자들의 토로는 교육 기능이 사라진 언론사가 기자 지키기에 얼마나 취약한지 보여주는 대목이다.



업무량은 늘어나지만 급여는 이에 비례해 늘어나지 않는다. 일을 시작하는 20대에는 다른 직종의 친구들과 비슷한 수준이지만 시간이 지날수록 수입 증가 폭이 작아 업종 간 차이가 벌어진다. 똑똑한 주니어 기자들은 빠르게 상황 판단을 하고, 빠르게 회사를 떠난다.



주니어 기자의 빠른 상황 판단

언론사는 새로운 미디어 환경에서 좌충우돌하고 있다. 신문이나 방송이라는 자체 플랫폼을 갖고 있던 언론사들은 네이버로 대표되는 포털 사이트 내 뉴스 납품자로 전락했고, 영향력이 점차 감소했다. 유통망을 탈환하려는 언론사의 노력은 기자들의 피로감을 불러왔고, 그마저도 뉴스 소비 채널이 페이스북, 유튜브 등 뉴미디어로 넘어가면서 소외되는 결과를 낳았다.

이런 가운데 주니어 기자들에게 요구되는 업무량은 급증했다. 회사 대부분이 직원들에게 계속 새로운 시도를 하라고 종용한다. 디지털 기사를 일정량 이상 생산하라는 기본 주문에 더해 1인 유튜브들처럼 창의적인 콘텐츠, 주니어 기자에게 요구되는 젊고 새로운 발상, 동시에 유료 독자를 모을 수 있는 깊이 있고 전문성 있는 작품에 대한 요구와 지시가 동시다발로 쏟아진다. 새로운 시도인 만큼 누구도 성공한 적이 없으니 모두가 헤매는 중이다.

업무량은 늘어나지만 급여는 이에 비례해 늘어나지 않는다. 일을 시작하는 20대에는 다른 직종의 친구들과 비슷한 수준이지만 시간이 지날수록 수입 증가 폭이 작아 업종 간 차이가 벌어진다. 똑똑한 주니어 기자들은 빠르게 상황 판단을 하고, 빠르게 회사를 떠난다.

후배를 잡지 못했다

개인적인 이야기로 글을 마무리하려 한다. 최근 회사를 떠난 후배 기자에게 작별 인사로 끈대같이 옛이야기를 했다. 나 어릴 땐 누가 회사 나간다고 하면 술집이든, 사무실 귀퉁이든 잡아서 일단 앉혀놓고 못 일어나게 가둔 채로 밤새도록 술을 마시며 설득했다고. “너는 천생 기자인데 가긴 어딜 가냐”, “좀 쉬었다가 다시 와라”, “원하는 부서 있으면 보내 줄게”, “같이 열심히 해서 좋은 작품 한번 만들어 보자”라는 공수표들이 밤새 날아다녔고, 취해서 울고, 다음날 해장하고 나면 열에 다섯은 회사에 남아서 다시 같이 일하기로 했다고.

그러면서도 후배를 잡지는 못했다. 고생 많았고, 너는 더 좋은 일을 할 수 있을 거라는 말을 했다. 남아서 함께 일하자고 할 수 없어 미안하다는 말도 더했다.

언론은 업의 특성상 기자 한 명 한 명이 가장 중요한 자원이다. 기자들의 이탈이 늘어날수록 언론사의 역량이 떨어지고 동료 기자 역시 사기가 저하되는 경험을 할 수밖에 없다. 후배들이 더는 회사를 등지지 않도록 언론사들이 주니어 기자들의 이야기를 듣고 당면한 문제들을 고쳐나가길 기대해 본다. ■

언론사 인재 공백:
떠나는 언론인,
줄어드는 지원자 ③

예비 언론인, 언론사 채용을 말하다 채용에도 ‘친절’이 필요한 시대, 언론사 입사에도 배려와 설명 있어야

사회: 제정임 세명대 저널리즘대학원장
정리: 남유원 한국언론진흥재단 산업분석팀 과장

언론사 공채 방식의 문제점은 가장 잘 짚어줄 수 있는 것은 바로 응시생들이다. 예비 언론인들은 언론사 채용 방식을 어떻게 바라보고 있는지, 체험을 통한 진솔한 경험담과 언론계가 귀담아들어야 할 진심 어린 제언을 소개한다. 편집자 주

언론사 공채는 서류-필기-실무-최종 면접 총 4단계의 복잡한 과정을 거친다. 필기 전형에서는 작문과 논술을, 실무 전형에서는 기획안 작성이나 현장 취재 및 기사 작성을 요구하는 등 매 단계마다 응시자의 많은 노력과 준비를 필요로 한다.

그렇다면 이렇게 힘든 과정을 통해 언론사에 입사하고도 얼마 지나지 않아 퇴사를 선택하는 주니어 기자가 급증하는 현상은 어떻게 설명해야 할까. 지금의 언론사 공채 시스템은 자질과 역량 있는 언론인을 선발하는 데 효과적으로 작동하고 있는가.

《신문과방송》은 언론사 공채와 인턴 경험이 있는 예비 언론인 5명을 초청해 언론사 채용 현황과 문제점 등을 짚어보았다. 대담은 지난 4월 19일 프레스센터에서 진행됐다. 제정임 세명대 저널리즘대학원장이 사회를 맡았으며, 남유원 한국언론진흥재단 산업분석팀 과장이 이를 정리했다.

제정임 각자 언론사 공채나 인턴을 어느 정도 경험했는지 궁금하다.

지원자 1 작년 5월 처음 공채에 응시해 지금까지 총 14번 원서를 넣었다. 필기 전형은 총 7회 응시했고 아직 임원 면접은 경험하지 못했다. 3개월 정도 방송사 인턴으로 활동하면서 생방송을 준비하는 기사를 보조했다.

지원자 2 세 번 정도 언론사 전형에 응시했고 작년에 한 통신사에서 6개월 정도 인턴을 했었다.

지원자 3 한 경제신문사의 필기 전형에 응시했다 떨어졌다. 아직 본격적인 경험은 없다.

지원자 4 PD 5번, 영상기자 1번 총 6번의 채용 지원 중 서류 전형에서 2번, 실무 전형에서 3번, 최종 전형에서 1번 탈락했다. 지역 방송국 뉴미디어 부서에서 6개월간 인턴을 했고, 다른 한 곳에서는 보도국 계약직으로 7개월간 일해봤다.

지원자 5 총 3번의 언론사 공채 경험이 있다. 모 신문사 인턴 면접에서 떨어졌고 한 방송사 필기 전형을 통과했으나 면접은 경험하지 못했다. SNU팩트체크 센터 인턴으로서 신문사에 파견돼 일 한 적이 있다.

지원자 배려 없는 언론사 공채

제정임 응시 경험이 차이가 나지만 오히려 다양한 얘기가 나올 것 같아 기대된다. 기억에 남거나 독특하다고 느껴졌던 공채 전형이 있는가.

지원자 4 언론사 공채는 보통 서류 전형-필기 전형-실무 면접-최종 면접 총 4단계로 정형화돼 있다. 그런데 한 지역방송사는 필기 전형 없이 영상 편집을 시켰다. 지역에서는 인력이 부족해 바로 쓸 사람이 필요해서였던 것 같다. 하지만 PD에게는 단순 편집 기술보다 사실 속에서 어떤 이야기를 발굴하는 기획력이 더 중요하지 않을까 생각했다.

지원자 2 한 방송사 서류 전형에 자기소개서를 잘못 작성했다. 3번 문제의 답변을 4번에 옮겨적은 식이었다. 그런데 합격했다. 조금 충격이었다. 서류를 제대로 보지 않는다는 생각이 들었고, 공채의 신뢰성에 문제가 있다는 생각을 했다.

제정임 언론사 전형 과정이 대외적으로 공표하는 것에 비해 허술한 부분이 있다는 것을 경험한 사례로 보인다. 또 어떤 경험이 있나.

지원자 5 한 방송사는 블라인드 채용 원칙을 두고 있는데 공지를 놓쳐 출신 대학을 가려야 한다는 사실을 나중에야 확인했고, 학교 메일을 노출해버렸다. 그런데도 합격했다. 조금 이상하고 허술하다는 생각이 들었다.

지원자 1 한 경제신문은 특이하게 필기시험을 없애고 기자 겸 콘텐츠 전문가를 뽑는다는 명목하에

기획안 시험을 출제했다. 한 종합신문사는 매년 채용 연계형 인턴도 뽑고 공개 채용도 동시에 진행한다. 내 친구는 이 신문사의 채용 연계형 인턴을 여름에 마쳤는데 최종 임원 면접을 12월 공채 과정에서 같이 본다고 해서 오래 기다리느라 고생을 했다. 기다리는 시간이 고통스러울 테고 만일 그렇게 오래 기다렸는데 결국 떨어지게 되면 과연 이 언시생(언론사 시험 준비생)이 다시 기자를 준비할 마음이 들지 의문이다. 예전에 이러한 이유로 스테디윈이 언론사 시험 준비를 그만둔 적도 있다.

제정임 언론사 전형이 단계별로 허술한 구석이 있고 지원자의 입장도 고려하지 않아 여러분을 실망시킨 듯하다.

지원자 3 언론사 시험에 대해서 유난히 ‘짜라시’와 소문이 많이 돌아다닌다. 한 종합편성방송사는 1월에 공채가 진행될 거란 소문이 돌았는데 아직까지 공채 전형이 뜨지 않았다. 회사 차원에서 이러한 소문이 퍼지는 걸 막을 필요가 있어 보인다.

좋은 인재 원한다면 필기 전형 피드백 필요해

제정임 공채 계획을 보다 일찍 투명하게 공개해 떠도는 소문에 지원자들이 지치지 않도록 하면 좋겠다고 지적했다. 그렇다면 언론사 공채 전형이 PD나 기자의 자질과 역량을 테스트하는 데 적합하고 필요한 과정이라고 생각하는지 개인적인 경험을 바탕으로 얘기해보면 좋겠다.

지원자 5 한 방송사 기자직 필기시험을 봤는데 문제 중 꽤 많은 부분이 예능 프로그램에 대한 것이었다. 스포츠 예능 프로그램의 시즌 우승팀은 어디인가, 시사 프로그램의 역대 MC 이름을 적어라 등이



예비 언론인 대담은 지난 4월 19일 프레젠테이션에서 진행됐다. 제정임 세명대 저널리즘대학원장이 사회를 맡았고 5명의 예비 언론인이 참석했다.
©한국언론진흥재단

런 문제가 기자 적성을 판단하는 것과 무슨 연관이 있는지 의문이 들었다.

제정임 화제가 된 필기시험 문제지만 지원자 입장에서는 무엇을 평가하고 싶은 건지 의문이 들었을 수 있겠다.

지원자 3 필기시험에서 어떤 작문이나 논술이 합격하는지 기준이 불분명하다. 작년에 모 신문사의 저널리즘 아카데미를 다녔는데 현직 기자 중 어떤 분은 암기 과목이 아니므로 디테일한 수치보다는 자신의 관점을 잘 담아야 한다고 얘기했고, 또 어떤 분은 수치를 잘 암기해 디테일하게 적어야 한다고 하셨다. 혼란스러웠다.

제정임 필기시험 합격의 기준을 모르겠다. 어떤 글이 모범답안인지 지원자들이 알기 어렵다는 점이 갑갑하게 느껴질 듯하다.

지원자 4 작문과 논술을 보는 건 이해가 된다. 반면 NCS 적성시험과 시사상식 테스트는 왜 하는지 모르겠다.

지원자 5 합격하는 글에 대한 정확하고 확실한 기준이 없다는 문제의식에 공감이다.

지원자 4 모 신문사가 필기 전형에서 어떤 글이 좋았는지 기사를 통해 피드백해 준 적이 있다. 굉장히 좋은 시도였다. 이렇게 작문과 논술시험 후 총평을 좀 해주면 좋겠다.

제정임 언론사가 출제 취지와 바람직한 답안의 방향을 시험 후 밝혀주는 것이 도움이 될 것 같다. 면접 탈락의 경우에도 피드백을 주는 것이 좋겠다. 언시생 입장을 고려해 출제 의도에 대한 설명이 필요하겠다.

지원자 5 필기시험 주제를 당일 공개하는 건 문제가 있어 보인다. 순발력 테스트 같다고 할까. 주제 후보를 몇 개 내주면 좋지 않을까 싶다.

지원자 1 모 신문사처럼 다른 언론사도 필기 전형에 대한 피드백을 해주면 좋겠다. 정말 훌륭한 인재를 뽑고 싶다면 방향을 제시해 지원자들이 준비할 수 있도록 하는 것이 서로에게 좋지 않나. 언론사는 준비된 예비 언론인을 채용할 수 있고, 지원자들은 시간 낭비하지 않아도 된다. 이러한 측면에서 언론사들이 더 큰 책임감을 가져야 한다고 본다.

제정임 출제 의도가 무엇이며 어떤 답을 기대했는지 모든 언론사가 피드백을 제공한다면 언론 지망생들이 이를 참고해 조금 더 효율적으로 공부할 수 있겠다. 미리 주제를 주고 충분히 공부할 기회를 주는 공채 방식은 언론사에는 맞지 않을 수도 있다. 그러나 종합하면 굉장히 넓고 얇은 지식과 순발력 중심의 글쓰기 테스트가 아니냐는 문제 제기도 이 공채 시스템에서 할 수 있을 것 같다.

지원자 통계 투명화해 학벌 우려 없애야

제정임 다음 질문으로 넘어가서, 출신 학교가 공채 과정에서 문제가 된 적이 있다.

지원자 4 지방국립대 출신인데 지역방송사에는 지방국립대 출신이 유리한 면이 있다. 중앙 매체에서는 피해를 봤다고 느끼진 않지만 학벌이 중요하다는 이야기를 자주 듣긴 했다. 다만, 출신 학교도 평가 요소가 될 수 있다고는 생각한다.

지원자 3 어느 언론사는 A대를, 어느 언론사는 B대를 좋아한다는 소문이 있다. 언론사들도 채용 과정에서 적극적인 모습을 보여야 한다. 신문은 사양 산업이란 얘기를 많이 하는데 학벌과 관련한 소문이 계속되면 유입되는 예비 언론인이 더 적어질 것이다. 내 주변에도 언론인으로서의 소양이 있는 친구들이 모두 대기업으로 갔다. 언론사도 다른 기업처럼 채용 설명회를 열 필요도 있다.

지원자 4 인턴 과정 중 모 대학 출신은 선배들이 챙겨주는 것을 보았다. 너무 드러나게 잘해주면 헛소문이 퍼지는 계기가 되는 것 같았다. 인턴 과정 중에는 이러한 점에 주의할 필요가 있겠다.

제정임 여러분이 직접 그런 차별을 당하거나 뚜렷하게 목격한 건 아니지만 소문은 들은 적이 있어 보인다. 이야기를 종합하면, 언론사가 엄격하게 행동해 채용에 오해의 소지가 없게 만들고 조금 더 지원자 중심적인 마인드를 가져야 된다는 것이다. 채용에 대해 직접 설명도 하고 채용 과정에 차별이 없다는 것을 명쾌하게 공표할 필요도 있겠다.

지원자 3 언론사가 투명하게 지원자의 통계를 내주면 좋겠다. 예를 들어 평균 토익점수 등을 공표하는 등 적극적으로 설명해주길 바란다.

제정임 예전 모 신문사는 서울대 출신이 아니면 편집장을 시키지 않는다는 소문도 있었다. 서울대 무슨과는 반드시 합격시킨다는 이야기도 있었다. 하지만 최근에는 우리 대학원에서 그 신문사에 입사한 친구들의 3분의 2가 지방대 출신이다. 그럼에도 불구하고 많은 오해가 여전히 돌아다니고 있는데 언론

사가 좀 더 적극적으로 설명하고 채용과정을 투명하게 하면 그런 오해도 사라질 수 있을 것이다.

예측 어려운 공채 일정도 문제

제정임 면접이나 인턴 과정에서 황당한 질문을 받아본 적이 있는가.

지원자 5 모 신문사 인턴 전형에서 부모님의 직업을 쓰라고 한 적이 있다.

지원자 1 <건국전쟁>과 이승만에 대한 질문이었다. 언론사의 성향에 맞춰 대답해야 할지 아니면 정말 가감 없이 내 생각을 얘기해도 되는 건지 생각하다가 너무 당황해서 면접을 망친 적이 있다.

제정임 예전에는 살고 있는 집이 자가인지 전세인지를 물어본 회사도 있다. 그밖에 공채 과정에서 어려운 점이 있다면 무엇인가. 경제적인 것도 포함해서.

지원자 4 언론사 준비에 대한 정보가 너무 부족하다. 몇몇 학교 언론사 준비생이 아닌 경우에는 정보에 접근하기가 너무 어렵다. 전형에 대한 정보가 너무 부족한 탓에 이를 이용한 사설 업체들이 점점 성행하는 것 같다. 심지어 오픈카톡방을 통해서도 과외가 이뤄진다. 이는 정보의 비대칭성 때문인 것 같다.

제정임 처음 전형을 준비하려는 지원자들은 모든 면에서 잘 모르겠고, 막연하고 불투명하다고 느끼는 것 같다.

지원자 5 언론사 입사 시험이 ‘고시’라고도 불리는 데 고시는 아닌 것 같다. 고시는 공식적인 절차가 있는 반면 언론사 시험은 언론사마다 형식과 진행 과정이 다 다르다. 일원화하고 통일할 필요가 있다.

지원자 3 주변에 기자 준비하는 사람이 없어 조언을 구하니, 모 사설아카데미를 수강한 다음 그 경력으로 스테디를 구하라는 조언을 들었다. 그런데 수

“

공채 과정의 불투명성이 가장 큰 문제인 것 같다. 선발 시기도 그렇고 선발 방식도 그렇다. 대기업도 채용설명회를 하는데 언론사는 하지 않는다. 다들 특정 커뮤니티에서 정보를 얻는 식이다. 이는 바뀌어야 한다.

강료가 48만 원이었다. 처음 시작하는 분들의 70%가 그 강의를 듣는 듯했고, 스테디도 그 강의를 들어야 할 수 있었다.

제정임 언론사 입사 준비를 시작할 때 명확한 정보가 없어 이런저런 얘기에 끌리고 또 비용도 지출하게 되는 것이 현실이라는 점을 지적해 줬다.

지원자 4 현재의 언론사 공채는 지원자로 하여금 인제가 되기보다 시험 통과에 매몰되게 만든다. 그 시험을 통과하는 방법에 대해서는 빠삭해지는데 실제로 통과하고 나서는 제대로 일을 못하고 나오는 경우가 많다. 이런 경우를 인턴 때와 계약직으로 근무할 때 본 적이 있다.

지원자 1 대기업은 정기적으로 공고가 뜨는데 언제 공채가 뜰지 모르는 언론사의 시스템도 문제다. 공채가 언제 뜰지 몰라 일정을 잡을 수가 없다. 꼼작 없이 이것만 준비하다가 입사하면 바로 경찰서 등을 돌면서 고생하겠구나란 생각이 든다. 또한 언론사마다 전형이 다르다. 필기전형 과목도 언론사별로 제각각이다. 일정이 예상 가능했으면 좋겠고 필기시험도 통일하면 좋겠다.

제정임 아까도 그 얘기가 잠깐 나왔는데, 수험생 입장에서는 정기적으로 채용해 일정이 예상 가능하면 좋겠다. 또한 모든 언론사가 똑같이 할 수는 없겠

지만, 필기시험 내용이 통일성이 있었으면 좋겠다는 의견인 것 같다.

인턴은 예비 언론인이 애사심 키울 수 있는 기회

제정임 인턴 경험에서 어려웠던 점은 없는지.

지원자 2 한 언론사 인턴 경험은 기억에서 끄집어 내기도 싫다. 선배들이 만든 영상을 편집하기만 했다. 처음에는 기사 쓰는 일을 하는 줄 알고 들어갔는데, 자료 조사만 했다. 다른 부서의 인턴을 보니 회사가 점점 값싼 인턴을 뽑아 기사를 만들어내고 계약직을 통해 기사를 뽑아내려고 한다는 생각이 들었다. 그래서 전직 기자나 인턴 경험이 6회 이상인 인턴을 뽑는 등 인턴도 경력직 인턴을 뽑는다.

제정임 첫 번째 인턴 경험은 가서 뭔가를 배우고 쓰고, 이런 취재 경험을 기대했으나 다른 일이었기에 도움이 되지 않았다고 생각하고, 그다음으로 언론사들이 인턴을 값싼 노동력으로 뽑아서 돌리고 있다는 점에서 문제의식을 가지는 듯하다.

지원자 1 채용 연계형 인턴 전환율이 너무 낮다. 작년에도 모 신문사 인턴 10명 중 2명만 최종 합격했다는 이야기가 있었고 모 경제신문도 채용 연계형 인턴 20명 중 5명을 뽑았다고 한다. 사실 인턴 경험은 예비 언론인들이 애사심을 키울 수 있는 과정이라고 생각한다. 그 과정에서 애사심과 간절함이 커졌는데 막상 최종 탈락하게 되면 너무나 큰 상처를 받게 된다.

제정임 희망이 컸는데 10%밖에 뽑지 않으면 실망이 클 수 있겠다.

지원자 4 PD 인턴할 때 유튜브 썸네일을 만들거나 편집 등 속칭 ‘노가다’를 많이 했다. 그때 느낀 것은 언론사가 유튜브 등을 좋은 시장으로 보면서도 투자를 하

”

지 않는다는 점이였다. 값싼 노동력만 투입하려 한다.

제정임 블루오션이면 적극적으로 투자해야 한다. 언론사들이 크게 발전 못하고 있는 이유일 수 있다.

지원자 5 모 신문사에서 인턴 할 때 너무 체계가 없고 안내받은 것과 다른 업무를 해야만 했다는 점이 문제였다. 첫 기사를 써서 제출했지만 세컨드 바이라인이 달렸다. 인턴에 대한 대우가 좋지 않다고 느꼈다. 그 당시 같이 인턴을 하던 10명 모두 기사를 하고 싶어서 인턴을 했는데 인턴을 하고 나니 기사를 하기 싫어졌다는 이야기를 했다.



사회를 맡은 제정임 세명대 저널리즘 대학원장 ©한국언론진흥재단

언론사도 채용설명회 개최 고려해야

지원자 4 BBC 코리아 PD를 인터뷰하면서 외신의 채용 방식은 다르다고 생각했다. 미국은 학보사와 대학 경험을 포트폴리오화해 채용으로 이어지는 시스템이 있었다. 우리나라도 공채보다는 그동안의 경력과 포트폴리오를 보고 뽑았으면 좋겠다. 또한 정규직 파이를 늘리거나 계약직에게도 뭔가 더 무게감 있는 일을 시켜 기자 개인은 포트폴리오를 쌓고 언론사는 양질의 콘텐츠를 생산할 수 있는 윈윈관계가 형성되면 좋겠다. 또한 지원자가 시험에 매몰되지 않고 뽑힌 사람들이 계속 이 회사에서 일하고 싶다는 마음을 가질 수 있도록 입사 과정도 바뀌어야 한다고 생각한다.

지원자 3 대기업 상·하반기 채용 때 보면 학교에 현수막을 달고 명함도 돌리면서 다닌다. 그 정도의 노력은 아니더라도, 좋은 저널리즘을 위한 인재가 필요하다면 기업만큼의 리쿠르팅 노력을 해야 한다고 생각한다.

지원자 2 단기적으로는 공채의 비정형성 극복이 필요하고 공채를 언제 시행할지 제대로 얘기해 주면

좋겠다. 장기적으로는 필기보다 실무 전형을 먼저 볼 필요가 있다. 시험을 잘 보는 사람을 뽑을 건지 기자가 되고 싶은 사람을 뽑을 건지 언론사가 판단을 잘못하고 있다고 생각한다. 언론사 입장에서 정말 좋은 사람을 뽑고 싶다면 일단 비정형성을 극복하고 장기적으로 채용 전형 자체에 대한 대대적인 개선이 필요하다고 생각한다.

지원자 5 공채 과정의 불투명성이 가장 큰 문제인 것 같다. 선발 시기도 그렇고 선발 방식도 그렇다. 대기업도 채용설명회를 하는데 언론사는 하지 않는다. 다들 특정 커뮤니티에서 정보를 얻는 식이다. 이는 바뀌어야 한다.

지원자 1 모두 공감한다. 명확한 기준을 제시해야 하고 채용설명회를 했으면 좋겠고 공채를 정기적으로 실시하면 좋겠다. 더 나아가 재정적인 한계가 있다는 건 알지만 저널리즘의 발전을 위해 많은 사람을 채용해야 한다고 생각한다. 뉴욕타임스 등 외신들보다도 한국의 기자 수가 절대적으로 적고 어떻게 보면 그로 인해 언론 스스로 잠식하는 게 아닐까 생각했다. 또 하나로는 채용 연계형 말고 체험형 인턴

을 늘려야 한다. 단순 자료 수집 보조가 아닌 취재 경험을 제공해서 기자가 적성에 맞는지 PD가 적성에 맞는지 알아볼 수 있는 기회를 언론이 적극적으로 제공해줘야 한다고 생각한다. 모 신문사와 SNU 팩트체크센터가 유일하게 그런 기회를 준다고 생각했는데 두 곳 모두 인턴을 뽑지 않고 있다.

제정임 공채 과정을 정형화하고 미리 일정을 명확하게 알려주고 기자를 직접 체험해 볼 수 있는 기회를 좀 많이 줘야 결국은 좋은 인재들이 언론계에 오래 남는 토양을 마련하는 것이다. 이런 게 여러분들의 의견인 듯하다. 채용설명회 등 정보의 비대칭성 문제는 언론사들이 새겨들어야 할 점이다. 여러분의 의견이 상당히 울림이 있을 것으로 생각하고 이 얘기를 잘 모아 전달하면 다는 아니어도 일부 언론사들은 바뀌지 않을까 기대하게 된다.

예비 언론인들의 제언, 언론사에 잘 전달되길

대답을 종합하면, 예비 언론인들은 공채 과정이 비정기적이고 투명하지 못한 점, 공채를 준비하기 위한 정보가 비대칭적인 점을 대표적인 문제점으로 지적했다. 장기적으로는 공채 전형 전반에 대한 검토와 개선이 필요하기도 하다. 또한 채용 연계형 인턴보다는 체험형 인턴을 통해 지원자들에게 자신의 적성을 파악할 기회를 부여하고, 당장 시험에 매몰되기보다 오랫동안 언론인으로서 일할 수 있는 자질을 쌓을 수 있도록 해야 한다고 말하고 있다. 즉, 인턴을 당장 활용할 수 있는 값싼 노동력으로 취급하기보다 미래의 가능성 있는 언론인으로 여기고 비전을 제시해 줄 필요가 있다.

제정임 교수는 이에 대해 “언론이 조금만 더 친절

하게 설명하는 자세를 가질 필요가 있다”고 첨언한다. 즉, “더 좋은 생각을 가진 더 실력 있는 친구들이 언론계로 모여들고 정말 만족하면서 오래 있으려면 예측 가능한 계획을 세워 이를 공표하고, 최소한 출제 의도와 채점 기준을 설명해 줘 지원자들이 너무 헤매지 않도록 배려하는 자세”가 필요하다는 것이다.

또한 지원자들은 좋은 인재를 확보하기 위해서는 언론사 스스로 노력하는 모습을 보여야 한다고 말한다. 대학 캠퍼스를 찾아 채용설명회를 개최하는 등 발로 뛰는 모습을 잠재적인 지원자들에게 보여줄 필요가 있다는 것이다.

지면의 한계로 다 소개하지는 못했지만, 대담에 참석한 5명의 예비 언론인은 시민들의 이야기에 귀 기울이고, 좋은 질문을 던지고, 사회에 이바지하기 위해 언론인이 되고 싶다고 말했다. 시험만 잘 보기보다 자신의 역량과 자질을 살려 언론인으로 오래 활약하고자 하는 예비 언론인 5명의 간절한 바람이 이번 대담을 통해 언론계에 잘 전달되길 바란다. 📌

새로운 채용 방식의 도입 필요성: 미국 채용 제도와의 비교 및 제언 능력별 오픈마켓인 美 언론사 채용 기자 개인의 경쟁력 평가가 핵심

문영은 애리조나주립대 박사 후 연구원

우리나라에서 이른바 ‘언론고시’를 통과하기 위해선 실무와 상관없는 준비에 막대한 노력과 시간을 투자해야 한다. 수십 년 이어 온 국내 기자 채용 방식의 관행을 어떻게 개선해야 할지, 미국의 사례를 통해 확인해 본다. 편집자 주

지난해 펴낸 책 《한국의 기자》를 통해 한국식 기자 채용 제도, 수습 교육 문제를 비판적으로 검토해 보았다. 언론사가 기자를 채용할 때 어떤 자질을 중요시하는지, 이러한 채용 방식이 기자로서의 역량에 어떤 도움을 줄 수 있는지, 어떻게 채용해야 좋은 인재를 확보할 수 있는지를 보다 구조적으로 드러내 보이기 위해, 한국의 주요 언론사 6곳과 미국 주요 언론사 6곳을 선정해 비교·분석했다.

채용 공고와 더불어 5개의 미국 우수 저널리즘스쿨(애리조나주립대학, 미주리대학, 노스이스턴대학, 오리건대학, 텍사스주립대학)의 인턴십 교육과 실무 교육 커리큘럼을 참고해 한국 채용 방식의 문제점을 짚는 한편, 새로운 기자 채용 방식 조건들을 살펴본 결과는 다음과 같다.

시험 통한 공채 vs 샘플 기사 평가

한국 언론사들이 서류-필기-면접을 골조로 고등학교나 대학을 빌려 몇백~몇천 명의 지원자를 평가하는 제도는 70년 가까이 명맥을 이어 왔다. 현장의 취재 능력을 평가하기 위한 실무 전형을 강화하고 채용형 인턴제와 경력자 채용이 트렌드가 됐다고는 하나, 여전히 기자로서의 첫 관문을 통과하기 위해서는 수습 공채에 응시하거나, 심지어 인턴으로 뽑히기 위해서 역시 비슷한 서류-필기-실무-면접을 거쳐야 한다.

지원자 입장에서 가장 심리적 장벽이 높은 필기 전형 논술 시험의 경우, 물가 안정과 자유 시장의 원리, 집회와 시위의 자유와 같은 거시적 정치·사회 이슈 위주로 출제된다. 지원자들은 삼삼오오 모여 단

체 채팅방을 통해 매일 한 편 이상의 논술을 쓰고 서로 첨삭해 주거나, 주요 언론사 칼럼을 필사해 서로 검사받는 방식으로 필기 전형을 준비한다고 한다. 문체는 자신의 주장을 펼치기 위해 근거를 가져와 주관적 생각을 강화하는 글쓰기(논술), 상상력을 발휘해 유려하게 글 쓰는 테크닉(작문)은 실제 기자들이 입사해 기사를 작성하는 능력과는 별개의 자질이라는 것이다.

미국의 경우, 기자 채용의 중심은 지원자가 쓴 기사여야 한다고 믿는다. 지원자들은 기자로서의 경력과 수상 내역 등을 어필할 수 있는 커버레터(cover letter)와 함께 자신이 작성한 기명 기사, 혹은 방송기자의 경우 데모 릴(Demo reel)¹⁾ 몇 편을 제출하는 것이 일반적이다. 쉽게 말해 수습직도 경력직처럼 뽑는다는 이야기다. 첫 기자 생활을 시작하는 엔트리 레벨 지원자의 경우 인턴십이나 대학 언론 활동을 통해 이 샘플 기사나 릴을 준비한다.

이 과정에서 미국 주요 저널리즘스쿨의 커리어센터가 중요한 역할을 하게 된다. 언론사 입장에서든 제도권 교육을 통해 기사 쓰기 훈련이 된 준비된 학생들을 채용할 수 있기에 안전한 인력 충원 창구로서 언론사와 학교 서로 간의 상부상조인 셈이다. 이 커리어센터들은 각 언론사의 리크루터들(Recruiting Manager, Talent Acquisition Specialist, News Talent Recruiter)과 긴밀하게 협력해 뛰어난 학생이 면접에 응하도록 조율하고 이미 현직에 있는 졸업생들에게도 경력직 기회를 공유해 지속적인 커리어 개발을 돕는다. 또 리크루터들은 지역 언론에서 취재 능력이나 기획력 등이 돋보이는 기자들을 레이더망에 두고 우수 인력을 확보해 더 많은 연봉을 제시하며

스카웃 하기도 한다. 그야말로 능력별 오픈마켓 시스템인 셈이다.

전문기자 세분화해 수시 채용하는 미국

미국 채용 시스템의 또 다른 독특한 특징은, 비교적 작은 규모 언론사나 지역지의 경우 취재기자로 통칭한 일반기자(General Assignment Reporter)를 뽑기도 하지만, 대형 전국지일수록 데스크 혹은 비트(Beat, 한국식 출입처)별 수시 채용을 진행한다는 점이다. 2024년 4월 현재 뉴욕타임스가 채용 중인 취재직군을 보면, 조세 정책 분야 기자(Tax Policy Correspondent), 뉴욕 주의회 기자(NY StateHouse correspondent), 에너지 산업 기자(Energy Correspondent), 비즈니스 섹션 에디터(Business Feature and Beat Editor) 등이다. 모두 10년 이상의 경력을 요구하는 자리들이다.

취재직군 기자를 통칭해 뽑고, 이후 순환 형태로 여러 부서를 돌며 기자가 되는 우리의 현실과는 현격한 차이가 있다. 더군다나 인사팀에서 이러한 채용 과정을 총괄하는 것이 아니라 각 팀의 국장과 동료들이 직접 채용 과정에 관여하는 경우도 다반사다. 자연스레 응시 자격과 조건도 천차만별이다. 이를 테면 법조 기자(Legal Affairs Correspondent)의 경우 미국 법제도 및 법률 프로세스에 대한 취재 경험이 필수자격 요건이며, 미국변호사협회(American Bar Association) 취재원 네트워크를 확보하고 있는 지원자를 선호한다고 명시한다. 기자 한 명이 플레이어로 활동하며 개인별 계약 과정을 거치기에 대형 언론사 데스크급들은 대부분 지역지나 경쟁지 서너 곳을 거쳐 현재 자리로 이직한 경우가 태반이다.

1) 자신의 기자 경력을 소개하는 3~5분의 짧은 동영상

논술·작문 시험 폐지하고 실무 전형 대폭 강화해야

최근 한국 언론사의 채용 추세를 보면 뚜렷한 변화가 감지된다. 첫째, 2010년대를 거치며 비용 절감을 위해 이미 검증된 경력직 채용이 대세가 됐다는 점(특히 KBS가 공채 대신 필요 부서에서 수시로 경력 기사를 채용한 방식은 참고할 만하다), 둘째, 신입 기사를 채용할 때도 실무 전형을 강화하거나 검증 기간이 긴 ‘채용 전환형 인턴’으로 돌리는 기조가 눈에 띄게 늘어나고 있다는 점, 셋째, ‘디지털 인력’과 전문 기자, 특히 4차 산업과 AI 등장 등으로 공대 출신의 인력 채용을 확대하고 있는 점(김하나, 2021) 등은 상당 부분 미국식 문화·관행과의 차이를 좁혀가고 있는 것으로 보인다.

다만 미국이 대학 교육부터 인턴, 신입 기자, 전문기자, 부장, 국장급에 이르기까지 각 단계에서의 교육과 학습이 그다음 경력으로 이어져 전문가로 성장하는 길이 이미 제도로 정착돼 있다면, 한국에서는 신입 공채가 줄어들고는 있지만, 시험을 쳐 인재를 선발하는 과거제 방식이 인턴과 경력 채용 곳곳에 여전히 남아있어 대학 교육, 채용 제도, 경력 관리가 서로 순환적으로 연결되지 못하고 단절되는 것은 불가피해 보인다. 언론사 시험 준비를 하다 그만두는 지원자들이 준비 시간을 허비하게 되는 것 또한 사회적 낭비가 아닐 수 없다. 설상가상으로 부서별 순환·보직 제도는 그렇지 않아도 전문가로 성장할 수 없는 환경을 악화시키는 요소로 작용한다.

그러나 채용 방식을 미국식으로 단숨에 바꾸는 것이 모범정답이라고 주장하려는 것은 아니다. 미국처럼 오랜 역사를 기반으로 한 대학 인프라나 인턴 제도가 한국에서는 부족한 실정이기 때문이다. 다만 지속적으로 문제가 제기되고 있는 대규모 논·

작문 중심의 필기 전형이나 마와리²⁾를 통해 눈치로 기사 작성법을 배우는 도제식 교육은 이미 수명을 다한 만큼 현재 한국적 현실 안에서 가능한 조건과 자원을 확인해 효율적으로 운영할 수 있는 방법을 찾아야 한다.

유려한 글솜씨만을 강조해 선발하는 논술과 작문 시험을 필기 전형 단계에서 과감히 폐지하고 동시에 스트레이트 기사를 쓰는 실무 전형을 대폭 강화하는 것은 이러한 변화의 첫걸음이 될 수 있다. 이전 단계의 교육과 학습이 그다음 경력으로 이어지는 단계적 인력 흡수를 위해서는 인턴 시절 작성한 기명 기사나, 대학 언론의 기자 경력과 기사의 퀄리티를 평가하는 방식도 도입해 보자. 결국 언론은 사람을 쓰는 비즈니스인 만큼 채용뿐 아니라 부서 배치와 조직 구조, 경력 관리, 재교육 방식을 정비해 고유한 역량을 지닌 대체 불가능한 기자들을 양성할 수 있도록 하는 것이 언론 혁신의 핵심적인 고민이 돼야 할 것이다. 이 과정에 이 글이 하나의 참고 사례가 되기를 희망한다. 📌

2) 사건 취재를 위해 관할 경찰서를 도는 일을 일컫는 기자들의 은어. 편집자 주

참고문헌

김하나, <언론사 채용…고(高)학벌보다 ‘실무역량’ 갖춘 인재 선발하는 블라인드 채용 확대>. 대학지성 In & Out, 2021.3.28.

<https://www.unipress.co.kr/news/articleView.html?idxno=3333>

문영은, <기자의 탄생: 한국과 미국 기자 채용과 수습교육 비교 연구>, 김경모 외, 《한국의 기자》, 이화여대 출판문화원, 2024



미디어 트렌드

- 26 AI가 가져올 미디어 생태계 변화
영상 생성 AI ‘소라’의 등장
미디어 산업의 기회일까, 위기일까
권택경 IT동아 기자
- 29 넷플릭스와 영국 작가 조합 계약의 의미
저작권, 양도가 아닌 지속
글로벌 연대가 최초로 이끌어낸 결과
유건식 KBS 시청자서비스부 박사,
성균관대미디어문화융합대학원 초빙교수
- 33 팩트체크 현황 점검
‘선거’에서 ‘탕후루’까지
아이템 선정이 ‘팩트체크’의 관건
박세용 SBS 기자
- 37 AI와 함께 작성한 기사가 풀리처상 최종 후보에
결국 뉴스 가치의 최종 보루는
인간 기자라는 점 보여주게 될 것
최순욱 너비의깊이(주) 이사

AI가 가져올 미디어 생태계 변화

영상 생성 AI ‘소라’의 등장 미디어 산업의 기회일까, 위기일까

권택경 IT동아 기자

챗GPT를 만든 오픈AI가 지난 2월 15일 사람들을 또 한번 놀라게 했다. 한 여성이 도쿄의 밤거리를 걷는 영상은 사람이 직접 촬영한 것이 아닌 AI가 만든 것이었지만, 완성도가 매우 높았다. 문장을 입력하면 그에 맞는 영상을 만들어 주는 소라. 이를 바라보는 업계의 시선과 소라가 가져올 미디어 생태계 변화를 전망해 본다. 편집자 주

지난 2월, 영상 하나가 세상을 떠들썩하게 만들었다. 한 여성이 비에 젖은 밤거리를 걷는 모습이 담긴 영상이었다. 이 영상이 화제가 된 이유는 내용이 아닌 제작 과정 때문이다. 실제 현실 풍경을 카메라로 담은 게 아니라, 사람이 입력한 텍스트에 맞춰 AI가 생성해 낸 것이다. 챗GPT로 유명한 오픈AI가 개발한 소라(Sora) 이야기다.

소라는 텍스트를 입력하면 그에 맞춰 영상을 생성해 주는 텍스트 투 비디오(TTV, Text-to-Video) 모델이다. 유사한 영상 생성 AI 자체는 이전에도 있었지만, 소라가 놀라운 건 완성도가 눈에 띄게 높다는 점이다.

오픈AI는 소라가 프롬프트를 이해하는 걸 넘어 물리적 세계에서 사물이 어떻게 존재하는지 이해한다고 말한다. 오픈AI가 공개한 영상을 보면 이 설명이 과장이 아님을 알 수 있다. 가령 지하철 객차 창문 밖으로 비친 풍경을 보여주는 영상에서는 어렵 꽃이 반사되던 객차 내부 풍경이 어두운 구간을 지나는 순간에는 선명해진다. 빛이 유리를 통과하고, 반사되는 물리적 법칙이 영상 속에 위화감 없이 재현된 것이다.

물론 소라가 완벽한 건 아니다. 공개된 영상들을 자세히 들여다보면 원근법에 맞지 않는 장면, 물리적으로 인과관계가 맞지 않는 장면 등이 군데군데 눈에 띈다. 오픈AI도 이런 한계가 있다는 사실을 솔직히 털어놓는다. 그럼에도 기존 기술과의 완성도 격차나 발전 속도를 생각하면 소라가 앞으로 영상 업계에 큰 파장을 불러일으킬 것이라는 사실은 자명해 보인다.

소라의 등장으로 출렁이는 영상업계

영상 업계 종사자들 또한 긴장과 흥분, 공포가 뒤섞인 감정으로 소라를 바라보고 있다. 가장 극적인 반응을 보인 인물은 미국의 배우 겸 영화 제작자인 타이러 페리(Tyler Perry)다. 타이러 페리는 8억 달러(약 1조 1,000억 원)를 투자해 스튜디오를 확장하려던 계획을 오픈AI의 소라 발표를 본 직후 보류했다. 촬영을 위해 다른 장소로 이동할 필요도, 세트를 지을 필요도 없이 그저 사무실에 앉아 컴퓨터로 영상을 만들 수 있다는 사실에 투자 의지를 잃은 것이다.



오픈AI가 소라와 함께 공개한 영상 ©오픈AI

타일러 페리는 미국 영화 전문 매체 할리우드리포터(The Hollywood Reporter)와의 인터뷰에서 “지난해 소라가 나온다는 소식을 접했지만 시연을 보기 전까지는 이게 무얼 할 수 있는지는 전혀 몰랐다. 충격적이었다”고 말했다. 그는 배우부터 현장 스태프까지 모든 업계 사람이 소라와 같은 AI의 영향을 받을 것으로 전망한다. 할리우드의 대형 스튜디오들이 비용을 줄일 수 있다면 기꺼이 AI를 활용하게 될 것이고, 이에 따라 일자리도 점차 줄어들 것이라는 것이다.

미국 테크 전문 매체 기즈모도(Gizmodo)는 “소라는 챗GPT와 AI 이미지 생성기가 편집 및 디자인 세계에 충격을 준 것과 마찬가지로 영화 산업에 혼란을 일으킬 것”이라며 “영상 제작자의 직업 안정성 측면에서 놀라우면서도 두려운 기술”이라고 평가했다.

당장은 소라가 영화나 드라마 제작 과정에 도입되더라도 그 영역이 제한적일 것으로 보인다. 아직은 여러 한계가 있기 때문이다. 예를 들어 아직 소라

로는 대사에 맞는 입 모양 묘사가 필요한 대화 장면을 만들 수 없는 것으로 알려졌다. 글자 묘사도 부정확해 엉터리 문자나 철자가 틀린 표현이 배경 속 간판에 등장하기도 한다. 소라를 일부 인서트 샷이나 사전 작업, 후반 작업에서 활용할 수는 있겠지만, 상업 영화의 푸티지(footage, 장면) 전체를 소라로 만드는 건 아직은 상상하기 어렵다.

다만 단편 영화 독립 영화·뮤직비디오·스톡 영상·광고 업계는 연내로 예정된 소라 공식 출시 직후부터 큰 파도를 맞이할 것으로 보인다. 오픈AI로부터 소라 사용권을 미리 받은 영상 제작자, 예술가, 단편 영화감독 등은 이미 인상적인 작품과 활용 방안을 내놓고 있다. 소라로 단편 영화나 뮤직비디오를 만드는 것은 물론, 아이디어나 콘셉트를 미리 시각화하는 용도로도 활용할 수 있다.

업계 탐만 살아남는다... AI가 가져올 일자리 양극화

브랜드 홍보 콘텐츠를 만드는 오라르 스튜디오(Orarr Studio)는 수중에서 스테인드글라스를 연상시키는 옷을 입고 있는 남녀의 모습을 영상으로 구현했다. 오라르 스튜디오 창립자 조세핀 밀러(Josephine Miller)는 “소라는 수년 동안 가지고 있었지만, 이전에는 기술적으로 불가능했던 아이디어에 생명을 불어넣을 수 있는 가능성을 열어주었다”고 말했다.

독립 영화 제작자, 소규모 제작사 등은 소라 덕분에 이전에는 예산 한계로 엄두도 못 냈던 장면들을 시도해 볼 수도 있다. 소라로 <황금 레코드(Gold Record)>라는 단편을 제작한 영화감독 폴 트릴로(Paul Trillo)는



소라가 제작한 영상. 지하철 창문이 건물의 그늘진 부분을 통과하자 반사된 객실 내부가 선명히 비친다. ©오픈AI

“소라와 함께 일하면서 영상 제작자로서 처음으로 해방감을 느꼈다”면서 “시간, 돈, 다른 사람의 허락에 구애받지 않고 대답하면서도 흥미로운 아이디어를 구상하고 실험할 수 있었다”고 말했다.

향후 업계에서 소라를 활용하려는 시도는 점차 늘어나고, 그에 따라 줄어들거나 사라지는 일자리도 있겠지만, 그게 인간의 역할이 완전히 사라진다는 걸 의미하지는 않는다. 소라를 사용해 본 밴드 겸 영상 제작 집단인 샤이 키즈(Shy Kids)의 멤버 월터 우드먼(Walter Woodman)은 MIT 테크놀로지 리뷰와의 인터뷰에서 “소라는 어디까지나 강력한 도구일 뿐, 그걸 다루는 건 여전히 사람”이라고 강조했다.

수용자의 선호도 문제도 무시할 수 없는 요소다. 산업화 후 기계로 만든 값싸고 질 좋은 공산품이 등장했지만, 여전히 수제품에 대한 선호가 남아있다. 비슷한 현상은 지금의 AI 혁명 시대에도 관찰된다. 이미지 생성 AI의 파도가 이미 들이닥친 웹툰 업계가 대표적이다.

웹툰 플랫폼과 작가들은 웹툰 제작에 AI 활용하려는 시도를 하고 있지만, 정작 독자들은 강한 거부감을 드러내고 있다. AI 활용 사실이 드러나거나 그런 정황이 발견되지만 해도 작품에 별점 테러를 가하는 현상을 볼 수 있을 정도다. 멀리 갈 것도 없이 영상 업계에서도 디지털 촬영 시대에 여전히 필름 촬영을 고집하고, CG 사용을 최소화하는 크리스토퍼 놀란(Christopher Nolan) 같은 감독은 여전히 대중과 평단의 지지를 받는다.

분명한 건 AI 활용이 보편화할수록 AI와의 차별성이나 작가성을 인정받을 정도로 이름을 알린 일부를 제외하면 업계에서 살아남기는 점차 어려워질 것이라는 점이다. AI에 의한 양극화 현상의 일면이다. 이미지 생성 AI가 침투한 일러스트 업계나, 기계번역의 비중이 날로 높아지는 번역 업계에서는 이미 이런 현상이 벌어지고 있다. 중숙련·저숙련 일감을 AI가 쓸어가면서 소위 ‘업계 탑급’만 살아남는 구조가 만들어지는 셈이다. 📺

넷플릭스와 영국 작가 조합 계약의 의미

저작권, 양도가 아닌 지속 글로벌 연대가 최초로 이끌어낸 결과

유건식 KBS 시청자서비스부 박사,
성균관대 미디어문화융합대학원 초빙교수

2023년 진행된 미국 작가 조합의 파업 여파로 영국에서도 재상영분배금에 대한 작가들의 요구가 수면 위로 올라왔다. 이에 넷플릭스는 최근 영국 작가 조합, 영국 매니저 협회와 극본료 등을 합의하고 새로 계약을 맺었다. 이번 계약의 내용을 살펴보고 국내 미디어 시장에 시사하는 바는 무엇인지 생각해본다. 편집자 주

넷플릭스 영국과 영국 작가 조합(WGGB, Writers Guild of Great Britain) 및 영국 매니저 협회(PMA, Personal Managers' Association)가 처음으로 극본료 기준에 합의했다. 적용 대상은 넷플릭스에서 처음으로 공개하며, 영국에서 제작되는 실사 대본 드라마다. 합의 내용은 2024년 2월 1일부터 적용됐다.

이는 넷플릭스가 글로벌 OTT 서비스 중 최초로 외국 작가 단체와 관계를 강화하는 계약을 맺었다는 점에서 큰 의미가 있다. 구체적인 합의 내용을 미국과 비교하면서 소개하고, 그 의미를 정리했다.

주요 계약 내용은 극본료 합의

넷플릭스 영국·영국 작가 조합·영국 매니저 협회의 주요 계약 내용은 영국 작가 조합 홈페이지의 'WGGB/Netflix/PMA agreement - summary'¹⁾ 항목에 게재돼 있다. 세 단체 간 계약의 주된 내용은 첫째, 최저 극본료의 설정이다. 60분을 기준으로 단막극은 1만 7,000파운드(약 2,947만 원)고, 시리즈

는 1만 5,000파운드(약 2,600만 원)다. 미국의 경우 SVOD 60분 드라마의 극본료는 지상파 프라임타임 드라마와 같은 2만 8,858달러(약 4,022만 원)²⁾로 영국이 미국보다 적게 책정됐다.

둘째, 최저 극본료로 활용할 수 있는 기간의 설정이다. 최저 극본료는 넷플릭스가 넷플릭스(월드와이드) 서비스, 비극장 서비스 및 홍보에 활용할 수 있는 권리에 대한 대가이며, 넷플릭스는 이를 6개월간 사용할 수 있다. 미국의 경우에는 OTT에 90일 이상³⁾ 서비스되면 재상영분배금(Residuals)을 지급해야 하므로 영국과는 기준이 다르다.

셋째, 추가사용 선급금(SUA, Subsequent Use Advance)의 설정이다. 넷플릭스는 의무적으로 촬영 첫날 해당 에피소드의 크레딧 작가에게 합의된 대본료의 125%를 지급한다. 결국 넷플릭스는 대본료(6개월)와 125%의 추가사용 선급금(9년 6개월)으로 10년간 대본을 이용할 수 있다. 하지만 넷플릭스는 125%의 추가사용 선급금 적용 기간을 9년 6개월 미만으로 하고, 나머지는 넷플릭스가 아닌 서비스에 대한 추후 로열티나 이후 기간으로 설정할 수

Hastings)와 《규칙 없음》을 같이 쓴 에린 마이어(Erin Meyer)는 넷플릭스 본사와 해외 넷플릭스 사무소의 문화가 서로 다름을 보여주고 이를 인정해야 한다고 주장했는데, 이러한 면도 넷플릭스가 전향적으로 사고하는 데 기여했을 것이다.

둘째, 영국 작가 조합이 처음으로 OTT 서비스와 계약을 맺고 근로 조건을 보장받았다는 점이다. 기존에 극본에 대한 권리를 양도하여 추가 수익이 없던 상태에서 지속적인 수익을 받는 구조를 만들어 냈다.

영국 작가 조합 사무총장 엘리 피어스(Elle Peers)는 “글로벌 OTT 서비스를 위해 일하는 작가들이 영국에서 처음으로 단체 노동조합 협약에 명기된 권리를 보장받고, 개선된 약관과 조건을 향유하게 된다. 넷플릭스와 합의에 도달하게 되어 매우 기쁘게 생각한다”고 말했다. 영국 매니지먼트 협회도 “영국 작가들이 영구적(perpetuity)으로 (넷플릭스에게) 권리를 양도하는 형태에서 탈피해 계속적(ongoing)으로 (저작권료를) 지급받는 구조를 도입하는 선구적인 계약(trailblazing deal) 조건에 마침내 합의하게 되어 매우 기쁘다”고 덧붙였다.⁵⁾

셋째, 넷플릭스가 현지 작가를 인정했다는 점이다. 넷플릭스는 로컬에서의 성공에 현지 작가의 역할이 중요하다고 보고 이를 수용하는 모습을 보였다. 넷플릭스 영국 콘텐츠 담당 부사장 앤 멘사(Anne Mensah)는 “현지 작가들(Local writers)은 넷플릭스가 영국에서 성공하는 데 핵심적인 역할을 하고 있으며, 계약을 체결하게 되어 매우 기쁘다”고 말했다.⁶⁾

넷째, 미국 작가 조합과 연대한 결과라는 점이다. 미국의 작가 조합 파업 동안 영국의 작가 조합도 WGA와 관련된 프로젝트에서 작가 활동을 중단하라는 지침을 내렸다.⁷⁾ 미국의 배우 파업을 이끌

었던 던컨 크랩트리 아일랜드(Duncan Crabtree-Ireland) 수석 협상가가 사우스 바이 사우스웨스트(SXSW)에서 한국의 배우 조합과도 긴밀한 관계를 맺고 있다고 밝힌 것⁸⁾을 보면 작가나 배우들 모두 글로벌 연대를 하고 있다는 것을 알 수 있다.

다섯째, 현재 영국 작가의 최저 극본료보다 더 높은 금액을 확보했다. 미국에서 작가 조합과 영화·TV 제작자 연맹(AMPTP, Alliance of Motion Picture and Television Producers)이 파업을 끝내고 계약을 체결한 후에 영국 작가 조합은 BBC 프로그램의 작가들에게 10%의 작가료 인상을 확보했고, 기존 계약을 갱신하면서 재상영분배금도 인상했다. 60분 프로그램의 최저 작가료는 1만 2,780파운드(약 2,215만 원)에서 1만 4,040파운드(약 2,434만 원)로 인상하였고, 시리즈는 60분당 최저 작가료 1만 2,900파운드(약 2,236만 원), 드라마화 9,360파운드(약 1,622만 원), 각색 5,760파운드(약 998만 원)로 인상됐다. BBC의 스케치 작가는 최저 작가료가 4% 인상되어 분당 123파운드(약 21만 원)가 됐다.⁹⁾ 60분짜리 넷플릭스 시리즈의 최저 극본료는 1만 5,000파운드로 2,100파운드 차이가 난다.

여섯째, 비슷한 수준의 계약이 다른 제작 주체나 OTT로도 이어질 것이다. 영국 내에서 작가 이외의

5) Advanced Television, <Netflix UK, WGGB, PMA sign writers deal>, 2024.3.12, <https://advanced-television.com/2024/03/12/netflix-uk-wggb-pmb-sign-writers-deal/>
 6) 위의 기사
 7) Manori Ravindran, <Writers' Guild of Great Britain Instructs U.K. Members to Halt Work on Projects Within WGA Jurisdiction>, Variety, 2023.5.2, <https://variety.com/2023/biz/global/wga-strike-uk-wggb-1235599364/>
 8) 다이렉트미디어랩, <[여기는 SXSW] 이미 시작된 AI-할리우드 전쟁.. 미국 제일 핫한 미래학자가 꼽은 '3대 AI 피해산업'>, Youtube, 2024.3.12, <https://www.youtube.com/watch?v=toCpPyMVA2k>


배우나 감독과도 계약이 체결될 것이며, 넷플릭스와 디즈니플러스나 맥스(MAX) 등과도 비슷한 계약이 계속 체결될 것이다. 실제로 WGGB의 배우 파트너인 에퀴티(Equity)와 영국 제작자 단체인 팩트(Pact)가 곧 새로운 계약을 협상할 것이라는 소식이 전해졌다. 지난 10년 동안 넷플릭스, 디즈니 및 애플은 팩트와의 계약을 따라서 기존 수수료에 약간의 프리미엄을 더하는 ‘보조 약정(side letter)’의 형태로 에퀴티와의 협상을 준용해왔다.¹⁰⁾

실제로 지난 3월 15일 BBC와 디즈니 브랜드 텔레비전은 2023년 12월에 방송된 <닥터 후(Doctor Who)>가 영국을 제외한 글로벌에서 5월 10일 방영된다고 발표했다.¹¹⁾ 또한, BBC와 디즈니플러스는 <닥터 후> 신규 시즌을 방송하면서 극본료에 대한 계약을 맺었다. 작가들이 전보다 많은 극본료와 재상영분배금을 받도록 계약이 갱신되었다. 이 계약을 통해 <닥터 후>는 글로벌 시청자를 확보하면서 수익도 증가시키는 효과를 얻게 된다. 팬들은 숨 막히는 새로운 비주얼, 독특한 촬영 기법, <닥터 후>와 스핀 오프 <토치우드>, <사라 제인 어드벤처> 등에 등장하는 차원을 초월하는 이동 장치 타디스(TARDIS)에서 더 많은 모험을 기대할 수 있다.¹²⁾

국내 도입의 필요성

넷플릭스는 글로벌 기업이다. 그것도 할리우드의 제작 표준을 가지고 국내에서 제작하고 있다. 그렇기에 우리나라 넷플릭스 오리지널 제작에 참여하는 작가나 배우에 대한 대우는 미국에 준해야 할 것이다. 더불어 필요한 사항이 더 있다. 넷플릭스는 영국의 시청률 조사기관인 BARB(Broadcasters'

Audience Research Board)에 시청 데이터를 제공한다. 지난 3월 11일 주간 시청자 수 순위를 보면 <데스 인 파라다이스(Death in Paradise)>가 726만 명으로 1위이고, 넷플릭스의 <젠틀맨: 더시리즈(The Gentlemen)>는 시청자 수 280만 명으로 45위를 기록하고 있다. 국내에도 이러한 정보를 제공해야 프로그램이 어느 정도의 성과를 내고 있는지 파악할 수 있다.

영국 작가 조합과 넷플릭스의 최저 극본료 합의 기준, 시청률 데이터 공개는 국내 콘텐츠 제작 관행에서 주시해야 하며 향후 한국에도 적용이 시급한 사안이라고 할 수 있다. 

- 9) The Writers' Union, BBC TV rate card, https://writersguild.org.uk/rates-agreements/?download_secure=1&datauri=aHR0cHM6Ly93cmI0ZjZ3VpbGQub3JnLnVrL3dwLWNvbnRlbnQvdXBsb2Fkcy8yMDI0LzAzL2JiYy10di1yYXRILWNhcmQtMDItMjQucGRm&filename=QkJDRFRWlHJhdGUyZFY2FyZA==&theurl=L3JhdGVzLWFncmVlbWVudHMv&checksum=1711666681
- 10) Max Goldbart, <Netflix & UK Writers Guild Strike First Ever Agreement For Scripted Series>, Deadline, 2024.3.12, <https://deadline.com/2024/03/netflix-writers-guild-great-britain-pma-scripted-series-1235855758/>
- 11) <'Doctor Who' Debuts May 10 with Multiple Episodes>, Disney, 2024.3.15, <https://press.disneyplus.com/news/disney-plus-doctor-who-premiere-date-announcement-streaming-may-10>
- 12) Robin Reynolds, <Why the BBC and Disney+ Partnership Is a Good Thing>, Movieweb, 2023.11.24, <https://movieweb.com/doctor-who-bbc-disney-plus-partnership-not-sell-out/>

팩트체크 현황 점검

‘선거’에서 ‘탕후루’까지
아이템 선정이 ‘팩트체크’의 관건

박세용 SBS 기자

한때 팩트체크가 새로운 뉴스 형태로 주목받았던 적이 있다. 몇 해가 지난 지금, 뉴스 이용자에게 팩트체크는 어떤 의미와 위치를 갖고 있을까? 초창기의 관심은 조금 사그라들었지만 여전히 팩트체크는 우리 언론에 필요하다. 오랫동안 팩트체크 보도를 이어온 기자가 말하는 팩트체크 뉴스 현황을 확인해 보고 향후 나아갈 방향을 짚어본다. 편집자주

팩트체크를 ‘중간 점검’할 만한 때가 왔다. 우선 코너의 신선도를 따져보자. 정치인 A가 B를 말했다는 것은 그 자체가 하나의 사실이다. “A가 B를 언급했다”는 사실 말이다. 언론은 오래 전, B가 사실인지 여부를 따지지 않았다. 그런데 여기서 한발 더 들어가, B가 과연 사실에 부합하는 말일까? 의심을 품고 접근하는 것이 팩트체크의 기본이다. 팩트체크 코너가 처음 등장한 몇 년 전에는 이런 형식 자체가 뉴스 수요자들에게 신선하게 여겨졌을지 모른다. 일반적인 뉴스와 달리 ‘팩트체크’라고 하니 뭔가 더 신뢰가 가고, 사람들이 한 번 더 눈길을 줬을지 모른다. 하지만 그런 시대가 지나간 지 이미 오래다.

정치권도 팩트체크의 긍정적 어감을 이용해 후보 캠프의 해명 자료를 내기도 했다. 해명 자료 제목에 팩트체크라는 이름을 붙였다. 그렇게 팩트체크라는 말은 정파성과 강하게 결합했다. 이때 팩트체크는 불편부당한 사실이 아니라, 그저 ‘내 말이 맞아! 이게 팩트야!’라고 고집 피우는 느낌이었다. 팩트체

크는 언론의 전유물이 아니기에 막을 수 없는 움직임이었다. 팩트체크 보도에 대한 신뢰에 좋은 영향을 미칠 수가 없는 일. 뉴스 수요자들은 팩트체크라는 이유로 보도 내용에 더 관심 갖거나 신뢰하고 있는 걸까. 다소 회의적이다.

2024 총선 팩트체크, 잘한 걸까?

팩트체크는 원래 선거철이 대목이다. 지난 총선 시기처럼 말이다. 언론은 팩트체크를 잘하고 있는 걸까? SBS 팩트체크 보도를 되돌아 볼 때 그렇다고 말하기 쑥스럽다. 변명을 하자면, 총선은 우선 지역구가 너무 많다. 주요 지역구를 딱 1개만 골라서 팩트체크 한다고 해보자. 우선 해당 지역구에서 팩트체크 할 만한 소재를 잡아내기 쉽지 않다. 하나의 쟁점에 대해 여야 후보들이 치열한 논쟁을 벌이고 있으면 취재에 뛰어들겠는데, 그런 이슈가 없는 경우

가 대부분이다. 지역 최대 관심사는 대개 유권자의 표와 직결되기 때문에 여야가 한목소리를 낼 때가 많다. 그럼 팩트체크할 이유가 없다.

만약 여야 후보들의 주장이 다르다고 해보자. 그것은 다른 주장일 뿐이지, 팩트체크 대상이 아니다. 그럼 후보들 발언의 사실관계가 다르다고 가정하자. 물론 팩트체크 할 수 있다. 하지만 후보자의 고의적 거짓말이나 왜곡이 아니라 단순한 사실관계 착오인 경우가 많다. 의도적인 왜곡과 단순 착오는 다르다. 이때 언론이 단순 실수를 저지른 후보를 거론하면서 ‘사실 아님’으로 판정하고 팩트체크 보도한다면 후보자 입장에서는 ‘저격당했다’고 생각할 수 있다. 언론이 의도적으로 자신만을 겨냥했다고 억울해할 수 있다. 해당 후보의 반론을 충분히 담아 줘도 결과는 마찬가지일 것이다.

그럼에도 불구하고 그 지역구와 관련한 팩트체크 보도를 했다고 가정하자. 한 명의 후보는 저격당했다고 억울해하고, 다른 한 명의 후보는 그렇지 않다. 취재기자는 가슴에 손을 얹고 불편부당한 보도를 했다고 자부한다. 그러나 저격 피해를 주장하는 후보로부터 편파적 언론이라고 공격당할 소지가 높아진다. 결국 해당 지역구에서 다른 현안을 골라 또 하나의 팩트체크 보도를 준비해야 하는 걸까? 유권자의 관심사도 아닌데? 설령 추가 보도를 준비하더라도 자칭 저격 피해자 후보가 ‘2차 저격’ 당할 수도 있다. 총선에서 팩트체크 담당 기자가 자신의 불편부당함을 입증하기는 이렇게 쉽지 않다. 사내에서도 아이템 발제와 편집회의 통과, 기사 데스크킹의 허들이 평소보다 높아지는 이유다.

대통령 선거는 조금 다르다. 전국 단위 선거이고, 후보자 공식 토론회가 개최되며, 토론회가 열리면 하나의 쟁점을 놓고 서로의 주장과 근거가 엇갈리



2024년 총선 기간 SBS는 차량 선거 유세의 소음 관련 팩트체크를 보도했다. ©SBS

기 쉽다. 특정 후보에게 불리해 보이는 보도가 한번 나가더라도, 언론은 잇따른 토론회에서 여러 건의 팩트체크 보도를 함으로써 자사의 불편부당함을 통째로 입증할 수 있다. 추상적인 불편부당함의 가치를 보여주기 위해선 결국 숫자가 필요하다. 2017년 대선 토론회 때는 후보자의 발언을 밤새 팩트체크해 곧바로 다음날 <8뉴스>에서 잇따라 보도하기도 했다.

2024년 총선 관련 팩트체크에서 언론이 무엇을 검증했는지 살펴보자. “2024년 총선을 앞두고 3월 1~3주 사이 서울과 충청 지역 민심이 요동쳤다”, “윤석열 대통령 가상 연설”은 총선 관련 딥페이크 영상이다”, “더불어민주당 공천에 검사 가산점이 있다”, “尹정부 들어 1인당 국민총소득이 감소하여 국내 경제가 무너지고 있다” 등이다. 특정 지역구, 특정 후보의 발언을 검증한 보도를 찾기가 사실 쉽지 않다. SBS 또한 차량 선거 유세의 소음과 관련한 팩트체크를 두 건 보도했다. 이런 아이템 선정 경향은 편파적이라는 비판을 피하기 위한 기자들의 교육지 책임 것이다. 팩트체크가 정파적이라는 비판을 받는다면 설 자리가 없다.

팩트체크, 어떻게 살아남을까?

팩트체크 간판의 신선도도 떨어지고, 총선 팩트체크 또한 쉽지 않았던 상황. 팩트체크의 갈 길은 어디일까? 핵심은 ‘아이템 선정’에 있다고 생각한다. 팩트체크 할 만한 소재를 어떻게 잡아내느냐, ‘선구안’이 관건이다. 팩트체크 하기 쉬운 소재를 잡아 무난하게 쓰는 기사보다는, 검증이 매우 어렵더라도 사람들의 관심사를 포착하는 것이 더욱 중요하다. 대중의 관심을 잡아내야 팩트체크 콘텐츠도 온라인에서 활발하게 소비된다. 그렇게 대중에게 소비되고 유통되어야 생명력 있는 보도로 평가받을 수 있다.

특히 사내에서 더욱 그렇다. 팩트체크 담당 기자는 대개 출입처가 없기에, 현안을 앞에 두고 머뭇거리기를 반복하면 팀의 존립이 불투명해진다. 핫이슈에 적극적으로 붙어 잘못된 정보를 발라내고, 새로운 뉴스를 발굴해 기사화해야 한다. SBS <사실은> 팀이 올해 보도한 소재들을 보면 ‘조인성과 송혜교, 딥페이크 투자 사기’, ‘다이어트 레몬 주사’, ‘소방관 남녀 체력 시험’, ‘82년생 김지영 연금’, ‘탕후루 레시피 도용 논란’, ‘중국 춘절의 폭죽 먼지’, ‘화생방 가스 마케팅’ 등 사회 다방면에 걸쳐 있다.



전라남도가 건설 계획을 밝힌 '한국형 아우토반'에 대해 팩트체크 한 방송 ©SBS

유튜브 조회수 100만 찍는 팩트체크

이런 소재로 뭘 어떻게 했다는 것일까. 전라남도가 광주에서 영암 사이를 잇는 47km의 고속도로를 건설하겠다는 소식이 알려진 적 있다. 고속도로 신설 계획, 특별할 것 없다. 그런데 온라인 커뮤니티에서는 이 소식을 놓고 갑론을박 뜨겁게 달아올랐다. 독일처럼 제한속도를 두지 않는 ‘한국형 아우토반’을 만들겠다는 계획이었기 때문이다. ‘전남 장의사, 상조업체 대박 나겠다’처럼 안전을 우려하는 목소리가 높았다. 또 제한속도 없는 고속도로는 우리나라에서 지금껏 건설된 바 없기에 운전자의 사고율, 사망률이 정말로 더 높는지 확인할 만한 가치가 있었다.

이러한 공익적인 이유, 또 유익함, 끝으로 ‘운전’과 ‘자동차’라는 대중의 관심 소재가 하나로 결합돼 팩트체크 아이템이 될 수 있을 것이라고 판단했다. 독일 아우토반과 관련한 온갖 문헌을 검토한 끝에 “제한속도 없는 도로에서는 연간 1,000km당 최소 1.2명, 최대 5.7명이 더 숨진다”고 결론 내렸다. 조금만 흥미를 잃어도 다른 콘텐츠로 넘어가 버리는 유튜브 시청자들도 고려해야 한다. 제한속도를 폭풍 질주하는 슈퍼카 영상도 양념으로 첨가했다. 이 팩트체크 보도는 유튜브 조회수 118만 회를 기록 중이다.

또 한 가지 사례가 있다. ‘딥페이크 사기’를 주제로 한 시사 프로그램 제작진이 지금도 꼭 다루는 사건이 있다. 배우 조인성·송혜교 씨의 딥페이크 영상을 악용한 사기 사건이다. 영상 속 두 배우는 주식 전문가에 대한 투자를 적극 권유한다. 돈을 맡기고 투자에서 나온 수익의 일부를 어린이재단에 기부하는 선한 일에 동참하자는 것이다. 이 영상을 사실상 믿고 거액을 보낸 투자자가 여럿이다. 이러한 사기

사건을 막아야 하는 공익적 목적, 무엇보다 수많은 피해자를 올린 사기 수법이 댕페이크 영상이었다는 점에서 팩트체크 보도의 소재가 될 만했다. 이 사안을 다룬 두 개의 팩트체크 보도는 총 조회수가 205만 회에 달한다.

왜 조회수를 얘기할까? 회사 입장에서는 기자 한 명을 투입했으면 그에 대한 '성과'를 알아야 하기 때문이다. 조회수는 언론사가 가진 영향력의 일면이다. 시청률은 외부 요인이 많지만, 조회수는 외부 변수가 덜하다. 구독자 418만 명의 SBS뉴스 채널에서 1,000명도 시청하지 않는 보도라면 다소 멋쩍다. 조회수 따지지 않고 반드시 보도해야 하는 사안도 있지만, 그러려면 평소에 일정한 성과를 내주는 것이 필요하다. 그러지 못하면 메인 뉴스 코너가 사라지는 것은 한순간이다. SBS 팩트체크 <사실은>이 <8뉴스>에서 가장 오래된 코너로 자리잡게 된 비결이다.

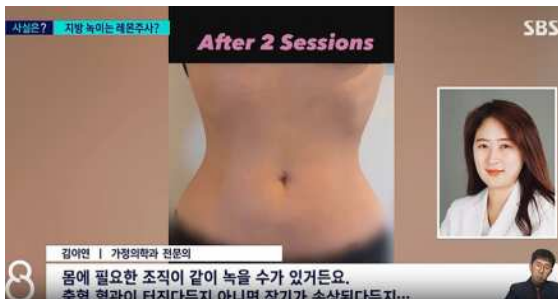
기자 출연, 꼭 해야 하는 걸까?

방송사의 팩트체크 보도 스타일에 대해 의견을 덧붙여 본다. 방송사의 팩트체크 보도에는 대개 기

자 출연이 빠지지 않는다. 앵커가 참여해 기자에게 질문하는 경우도 있고, 그렇지 않은 포맷을 추구하는 방송사도 있다. SBS <사실은> 코너는 2017년 초 창기 앵커와 기자가 서너 개의 질의응답을 주고받는 형식을 기본으로 했다. 그러다 지금은 앵커 없이 기자만 등장해 사전 녹화하고, 소재 관련 밀그림으로 최종 편집 작업을 거치고 있다.

사실 담당 기자 입장에서는 제작 과정이 꽤나 번거롭다. 기사 작성, 출연용 LED CG 의뢰 및 검수, 분장, 사전 녹화, 밀그림 CG 의뢰 및 검수, 최종 편집까지, 품이 적잖이 들어간다. 스튜디오에 출연해 앵커와 토크만 나누면 끝날 일을 이렇게 복잡하게 벌려놓은 데는 이유가 있다. 현재의 영상 형태가 시청자에게 가장 소구력 있고, 시청자의 중도 이탈이 비교적 덜하다고 판단했기 때문이다.

기자가 꼭 출연해야 하는 걸까? 정답은 없다. 그래서 <사실은> 코너도 기자가 스튜디오에 출연하지 않고 보도하는 경우가 생기고 있다. 팩트체크 할 만한 사안이 스튜디오가 아닌 '현장'에 있을 때가 특히 그렇다. 총선 선거운동 기간, 후보자의 차량 유세 소음을 팩트체크 하려면 현장에 나가야 한다. 알코올 없는 신기한 술이 나왔다는데, 과연 음주단속에 걸리지 않는지 팩트체크 하려면 직접 마셔보고 현장에 나가야 한다. 모든 결정은 시청자가 SBS의 팩트체크 보도를 좀 더 많이, 오래 보도록 하는 데 초점이 맞춰져 있다. 그 소구력을 위해 언론의 팩트체크 형태도 계속 진화할 것이라고 생각한다. 📺



지방 녹이는 주사에 대한 SBS <8 뉴스> 팩트체크 보도 ©SBS

AI와 함께 작성한 기사가 풀리처상 최종 후보에 결국 뉴스 가치의 최종 보루는 인간 기자라는 점 보여주게 될 것

최순욱 너비의깊이(주) 이사

2024년 풀리처상 최종 수상 후보에 인공지능을 활용한 기사가 포함됐다는 사실은 많은 것을 시사한다. 뉴스룸에서의 AI 활용은 이제 현실이 됐으며 이에 대한 가치판단 또한 더 이상 미룰 수 없음을 의미하기 때문이다. 언론계가 주목하는 AI 활용 기사의 풀리처상 수상 가능성과 시사점을 짚어본다. 편집자 주

언론 분야에 몸담고 있는 사람들에게 ‘풀리처’란 이름은 선망의 대상이다. 기자들의 노벨상이라고 불리는 풀리처상 수상자 명단에 이름을 올리고 싶다는 생각을 한 번이라도 해 보지 않은 언론인은 아마 없을 것이다. 물론 풀리처상이 미국 언론과 미국 언론계에 종사하는 언론인만을 대상으로 한다는 사실은 잠시 접어둬야 하겠지만 말이다.

그런데 올해, 수많은 인간 기자가 인공지능(AI)을 부러워해야 할 일이 생길지도 모른다. 저널리즘 전문 미디어 니먼저널리즘랩(Nieman Journalism Lab)에 따르면, 올해 저널리즘 분야 풀리처상 1,200개 응모작 중 선별된 최종 수상 후보 중 5개가 취재·보도·전달 과정에서 인공지능을 활용한 것이었기 때문이다.

풀리처의 AI 관점, 수상작과 함께 밝혀질 것

올해부터 풀리처상 이사회는 응모작을 출품할 때

‘AI 사용 여부’를 공개하도록 했다. 수년간 기계학습(ML), 생성형 AI 기술의 성능과 사용 용이성이 동시에 폭증했고 언론계에서도 AI 활용 방안을 적극적으로 모색하는 일이 잦아짐에 따른 자연스러운 대응이다.

니먼랩에 따르면 풀리처상 이사회는 지난해 초부터 풀리처상이 AI에 어떻게 대응할지에 대해 논의했다. 활용 가능성과 함께 뉴스룸에서 AI를 적극적으로 활용할 때의 위험성에 대해서도 관심이 높았던 것으로 전해진다.

1년여에 걸친 이사회 논의 결과는 공개되지 않았다. 다만, AI를 사용해 작성한 기사에 대한 일종의 거시적인 가치판단 기준은 포함돼 있을 것으로 보인다. AI를 어떻게 활용하는 것이 적절하며, 어떻게 활용해서는 안 되는지에 대한 기준이 없다면, 그러한 기사에 상을 주는 것이 적절한지 판단할 수 없기 때문이다. 저널리즘 분야 풀리처상 응모작에 AI 활용 여부를 밝히라고 한 것은 그 기준을 적용하기 위한 전초 작업일 것이다. 풀리처상, 또는 풀리처상 이사회가 바라보는 AI 활용 기사에 대한 가치판단

기준은 오는 5월 6일 45개의 수상작과 최종 후보작 목록이 모두 발표되면 확인할 수 있을 것으로 보인다.

포크상도 심사 기준에 AI 관련 내용 포함해

언론과 AI의 관계에 대해 고민하는 것은 폴리처 뿐만이 아니다. 니먼랩에 따르면 롱아일랜드대에서 관리하는 조지 포크 언론상(George Polk Awards)도 AI 활용 기사에 대한 심사 기준을 마련하는 작업을 올해 시작할 계획이다. 1948년 그리스 남북전쟁을 취재하다 살해된 미국 언론인 조지 포크를 기리기 위해 만들어진 이 상은 폴리처만큼 유명하지는 않지만, 최소한 탐사보도 분야에 있어서 만큼은 폴리처에 비견되는 권위를 지니고 있다.

아직 기준 마련 작업이 시작되지는 않았지만, 니먼랩은 포크상 큐레이터의 말을 빌려 응모작에 AI

활용 여부를 우선 밝히도록 한 뒤 심사위원이 각 사례를 검토하는 방식이 될 것으로 예상했다. 일률적인 심사 기준을 제정할 것으로 보이지는 않는데, 이는 언론계에서의 AI 활용 방식이 정형화돼 있지 않을뿐더러 AI 기술 자체도 변화의 여지가 매우 크다는 점을 고려한 것으로 보인다.

생성형 AI를 전면적으로 활용한 수상작은 없을 것

어쨌든 올해 폴리처의 가장 큰 관심사는 AI를 활용해 작성된 기사가 과연 상을 받을 수 있을 것인지, 또 상을 받았다면 AI를 어느 정도까지 활용했는지인 것으로 보인다. 특히 기계가 많은 것을 알아서 만들어 내는 ‘생성형 AI를 활용해도 괜찮은가?’에 이목이 집중될 것이다. 선부른 예측일 수도 있으나, 생



뉴스 제작 과정에서 AI의 활용이 늘어남에 따라 이에 대한 가치판단 기준 마련의 필요성이 대두되고 있다.

성형 AI를 전면에 내세운 기사는 아마 수상에 실패할 가능성이 높다. 몇 가지 정보에 기반해 생성형 AI로 만들어 낸 데이터는 오류를 담고 있을 가능성이 너무 높아 그 자체로 기사로 배포하기에는 부적절하기 때문이다.

지난해 KPF 저널리즘 컨퍼런스에 참가했던 AP 통신의 AI 프로덕트 매니저 어니스트 쿵(Ernest Kung)은 강연 당시 그 이유로 “AP는 기사 작성 과정에 생성형 AI를 활용하지 않는다”고 단언했다. 실제로 AP는 2023년부터 뉴스로 배포할 수 있는 콘텐츠와 이미지를 만드는 과정에 생성형 AI 사용을 금지하는 자체 가이드라인을 마련해 적용하고 있는 것으로 알려졌다. 이에 따르면 AP는 AI가 만들어 낸 자료를 일반적인 취재 과정에서 취재원을 통해 확보한 자료 그 이상의 검증 과정을 거치지 않을 경우 사용할 수 없다. 여기에 더해 AP는 생성형 AI로 만들어 낸 사진·영상·오디오는 오류 가능성을 더욱 높이 보고 AI 기술의 ‘생성’이 주제인 경우를 제외하고는 아예 사용을 금지하고 있다.

정형화 데이터 생성이나 분석 과정에 AI 사용 가능성 높아

올해 풀리처 수상작 중 AI 사용 기사가 포함된다면, 이 기사는 기업 실적이나 스포츠 경기 결과와 같은 정형 데이터를 고도의 기법으로 분석하거나 시각화하는 데 AI를 활용했을 가능성이 높을 것으로 보인다. 또는 인간의 눈으로는 확인하기 어려운 사진이나 동영상의 조작 여부를 판단하는 데 AI를 활용했을 가능성도 있다. 다만, 이 경우에도 AI의 분석이나 시각화 결과의 최종 적절성 여부는 인간 기자나 편집장이

“

올해 풀리처의 가장 큰 관심사는 AI를 활용해 작성된 기사가 과연 상을 받을 수 있을 것인지, 또 상을 받았다면 AI를 어느 정도까지 활용했는지인 것으로 보인다. 특히 기계가 많은 것을 알아서 만들어 내는 ‘생성형 AI를 활용해도 괜찮은가?’에 이목이 집중될 것이다. 선부른 예측일 수도 있으나, 생성형 AI를 전면에 내세운 기사는 아마 수상에 실패할 가능성이 높다. 몇 가지 정보에 기반해 생성형 AI로 만들어 낸 데이터는 오류를 담고 있을 가능성이 너무 높아 그 자체로 기사로 배포하기에는 부적절하기 때문이다.

”

판단해야만 수상작이 될 수 있을 것이다. 인간 기자의 판단을 대체할 수 있는 기술은 아직까지 없을뿐더러, 그런 기술이 있다고 인정하게 되는 순간 인간 기자의 존재 이유가 사라지기 때문이다.

인간 기자 뿐만 아니라 풀리처상도 마찬가지다. 그렇게 되는 순간 기사를 심사해 상을 줄 이유가 없다. 그저 가장 많은 데이터를 분석하고 생성해 내는 기업에 센서와 컴퓨팅 파워를 기준으로 상을 주면 될 뿐이다.

결국 올해 풀리처상 수상작과 후보 목록 역시 여전히 뉴스 가치의 최종 보루는 인간 기자라는 점을 보여주게 될 것으로 보인다. AI가 비록 인간보다 강력한 정보 분석 도구이기는 하나 가치판단을 할 수는 없기 때문이다. AI는 정보를 더 잘 활용하고 분석할 수 있게 해 주지만, 결국 어디까지나 도구일 뿐이다. 📌

미디어 리뷰



- 41 연구: 《신문의 지면 편집은 무엇을 지향하는가》
편집국에서의 61일,
뉴스에 대한 헌신과 희망을 보다
배진아 공주대 영상학과 교수
윤석민 서울대 언론정보학과 교수
- 45 2024 국제 저널리즘 페스티벌 참관기
관점과 통찰을 원하는 뉴스 소비자,
AI 시대에도 저널리즘의 본질이 중요한 이유
이승찬 한국외대 미디어커뮤니케이션학 박사수료
- 50 북리뷰: 《고통 구경하는 사회》
구경과 목격 사이 그 어딘가
뉴스의 현재 위치를 생각한다
변은샘 부산일보 기자

연구: 《신문의 지면 편집은 무엇을 지향하는가》

편집국에서의 61일, 뉴스에 대한 헌신과 희망을 보다

배진아 공주대 영상학과 교수
윤석민 서울대 언론정보학과 교수

신문 편집은 어떻게 이뤄지고 무엇을 추구하는가. 이를 확인하기 위해 배진아·윤석민 교수는 신문사 편집국에서 61일간 상주하면서 편집 과정을 관찰했다. 편집국의 일원이 되어 하루 두 번 열리는 지면 편집회의를 관찰하고 제작 현장을 직접 체험한 연구진의 연구 후기를 소개한다. 편집자 주

언론은 위기에 직면해 있다. 언론과 언론인은 불신과 조롱, 비판과 개혁의 대상이 됐다. 언론 위기를 극복하기 위한 해법은 어디에서 찾아야 하는가? 연구자들은 정파적 정치 권력이나 실체가 모호한 시민 권력이 아니라 언론 스스로의 주도로 언론 개혁이 이뤄져야 한다고 생각했다. 좋은 언론의 본질은 전문성(대중과의 소통 능력)과 규범성(내면화된 아비투스¹⁾)이며, 언론 위기의 해법은 이를 되살리는 것으로부터 시작해야 한다.

언론은 전문성과 규범성의 회복을 통해 스스로 위기를 극복할 수 있는 내면의 힘을 가지고 있는가? 언론 내부로부터 위기 극복의 희망을 발견할 수 있는가? 여기에 답하기 위해 언론 현장에 직접 가 보기로 했다. 현장 연구를 위해 조선일보와 한겨레 등에 접촉했고, 조선일보가 문을 열어주어 2021년 가을 참여관찰을 시작했다.

편집국에서 작성한 관찰일지

2021년 여름부터 연구 계획을 수립하기 시작해 2021년 9월 9일 조선일보 편집국을 찾아 연구 협조를 구하고 10월 1일부터 본격적인 참여관찰을 진행했다. 2022년 2월 18일까지 5개월 동안 총 61일 조선일보 편집국에 머물렀고 61개의 관찰일지를 작성했다. 편집국장실과 사회부, 정치부, 국제부 등이 있는 4층 편집국에서 주로 관찰했고, 일선 기자들이 자유롭게 작업하는 3층 편집국과 1층 휴게공간(조이룸)에서 자료를 수집하거나 사람들과 이야기를 나누었다. 조선일보 맞은편에 있는 카페 ‘인잇’도 편집국 내부와 주변의 사람들을 만나는 주요 장소였다.

편집국 구성원들은 처음에 연구자들을 호기심 가득한 눈으로 바라보았다. 편집국 한쪽 구석에 노트북을 펴고 자리 잡은 연구자들을 오가며 힐끗거렸고, 조선일보 사측의 의뢰로 연구하는 걸로 오해하는 사람도 있었다. 그러다가 하루이틀 시간이 지나면서 연구자들의 존재는 익숙해지기 시작했고, 나중에는 엘리베이터나 커피를 마시는 공간에서 만나면 가볍게 인사하고 이야기를 나누는 사이가 됐다.

1) 개인의 경험과 배경이 형성하는 내재된 경향성, 태도, 취향, 행동 패턴

연구가 끝날 때쯤 연구자들은 전혀 특별하지 않은, 각자의 일로 바쁘게 이리저리 오가는 편집국의 많은 사람 중 하나가 됐다.

편집국에서는 하루 종일 여러 차례 회의가 열리는데, 오전 10시 전후의 디지털 회의, 오후 2시의 부장단 회의, 오후 5시 30분 초판 회의, 저녁 9시 51판 회의에 참석해 회의 내용을 기록하고 관찰했다. 편집국에서 지내는 일에 익숙해지면서 편집국 구성원들과 점심 약속도 하고 차도 마시고 저녁 식사도 하면서 일선 기자부터 데스크, 논설위원, 조선NS(조선일보 자회사)와 디지털 팀의 구성원 등과 자연스럽게 소통했다.

날것의 이야기가 담긴 심층 인터뷰

현장에 머무는 것만으로 알 수 없는 편집국 구성원 내면의 이야기들을 듣기 위해 심층 인터뷰를 진행했다. 애초에 15회 정도로 기획했던 심층 인터뷰 횟수는 45회까지 이어졌으며, 인터뷰에 참여한 인원은 47명이다. 논설위원과 편집국장, 주필을 대상

으로 시작한 심층 인터뷰는 부장, 부국장, 차장급 기자, 인터넷 기사를 생산하는 조선NS의 대표와 소속 기자들, 온라인 부서의 차장과 기사를 넘어 김대중 고문과 방상훈 사장까지 확장됐다. 인터뷰를 거치면서 계속 새로운 인터뷰 대상자를 추천받는 바람에 처음 계획보다 세 배가 넘는 사람들과 만났다. 여기에는 편집국 내부 구성원뿐 아니라 언론학 연구자, 미디어 비평지 대표, 조선일보를 떠난 전직 기자, 타 언론사 기자 등도 포함된다.

처음에는 반구조화된 설문지를 미리 주고 답변을 받아 이를 토대로 인터뷰를 진행했지만, 인터뷰를 거듭하면서 설문지에 의존하기보다는 인터뷰 대상자마다 개성 있고 의미 있는 이야기들을 도출하는 것이 바람직하다고 판단해 설문지 없이 진행했다. 그들만이 들려줄 수 있는 진솔하고 생동감 넘치는 날것의 이야기들이 심층 인터뷰에 담겨 있다. 연구자들이 편집국에서 오랜 시간을 보낸 덕에 인터뷰 대상자들이 좀 더 편안하게 자신의 이야기들을 풀어주지 않았을까 생각한다.

밀착 관찰: 사회부·정치부

편집국에서 시간을 보내면서 좀 더 자세한 관찰이 필요하다고 판단해, 밀착 관찰을 기획했다. 밀착 관찰은 사회부에서 6일(2021년 12월 26~31일), 정치부에서 3일(2022년 1월 24~26일) 간 진행했다. 사회부는 사회부 데스크에서 조금 떨어진 위치에 책상을 놓고, 정치부는 정치부 데스크 중 한 석을 차지하고 앉아 진행했다. 사회부 밀착 관찰 첫날은 연구자 2인이 함께 투입됐지만, 데스크들의 일상에 방해가 된다고 판단해 이틀째부터는 연구자 1인만 밀착 관찰에 참여했다.



사회부 밀착 관찰을 위해 사회부 근처에 자리 잡은 연구자. 왼쪽은 연구자, 오른쪽은 사회부 데스크석으로 법조팀장, 전국팀장, 기동팀장이 자리하고 있다. <출처 - 연구진 제공>

다른 연구자는 조금 먼 곳에 자리하면서 구글 문서를 통해서 관찰 내용에 관해 소통했다.

사회부 밀착 관찰 마지막 날에는 연구자가 사회부 지면의 오타를 발견하기도 했다. 저녁 8시가 넘은 시간 51판 마감 직전 새로운 기사가 들어왔는데, 편집기자가 취재기자에게 제목과 내용이 일치하지 않는다면 내용을 수정할 것을 요구했다. 시간이 부족해 취재기자가 불러주는 내용을 편집기자가 받아적는 방식으로 급하게 수정했는데 그 과정에서 오타가 발생한 것이다. 실시간으로 뉴스 모니터 시스템을 관찰하고 있던 연구자가 이를 발견하여 편집기자에게 알렸고, 편집기자는 빠른 동작으로 편집국을 누비면서 오타를 수정했다. 정신없이 바빠 돌아가는 편집국의 일상에 잠시 스며든 순간이었다.

6일 동안의 일선 기자 동행 관찰

조선일보는 2021년 9월 편집국 공간을 새롭게 리모델링하면서 일선 기자의 개인 책상을 모두 없앴다. 기자들은 편집국 3층과 4층의 자유석, 1층 조이룸, 출입처 기자실, 카페 등에서 자유롭게 업무를 본다. 따라서 편집국 참여 관찰에서 일선 기자들의 일상은 제외될 수밖에 없었다. 그래서 일선 기자의 일상을 함께 하는 동행 관찰을 기획했다. 사회부 말진²⁾ 기자, 정치부 차말진 기자, 정치부 팀장 등 세 명의 일선 기자를 선정하고, 각각 관찰자(대학생)를 붙여 종일 함께하면서 관찰한 모든 내용을 기록하는 방식으로 진행했다.

2021년 12월 28일부터 1월 12일 사이에 기자의

2) 말(末)진 기자는 막내 기자를 일컫는다. 편집자 주



정치부 밀착 관찰을 위해 정치부 데스크석에 자리 잡은 연구자(오른편). 왼편에는 정치부 데스크(차장)가 앉아 있고 뒤쪽 오른쪽에는 부국장과 디지털 에디터가 있는 원형 테이블이, 왼편에는 멀리 국제부와 디지털팀이 보인다.
<출처 - 연구진 제공>

일정에 맞춰 각각 6일(일요일부터 금요일까지) 동안 동행 관찰했다. 관찰자는 기자와 매일 짧은 인터뷰를 진행했으며, 관찰이 끝나면 매일 밤 연구자와 관찰 내용에 대해 소통하고, 관찰이 끝난 후에는 종합적인 관찰 의견서를 작성했다. 마지막으로 관찰자 3인과 연구자 2인이 참여하는 평가 회의를 통해 동행 관찰을 마무리했다.

편집 과정 보여주는 뉴스 모니터 자료

편집국 관찰만으로 뉴스 생산을 이해하는 데 한계가 있었다. 기자들은 전화와 메신저(카카오톡, 슬랙, 텔레그램)로 많은 소통을 하고 있었고, X-scoop을 통해 기사 아이템을 취합하고, 아크(Arc)에서 데스크킹을 보고, 일일 보고 구글 문서를 통해 지면을 배치하고, 뉴스 모니터에서 지면을 편집하고 있었다. 온라인에서 일어나는 수많은 대화와 업무 프로세스를 모두 관찰하는 것은 불가능했다. 하지만 일일 보고 구글 문서와 뉴스 모니터 시스템에 접근할 수 있는 권한을 허락받아 게이트키퍼와 편집 과정을 일부 관찰하는 기회를 얻었다.



밤 9시 20분경 편집국 4층에서 열리는 51판 편집회의. 편집국장, 부국장, 부장, 차장, 편집부 기자와 주요 기사를 작성한 기자 등이 참석한다.
<출처 - 조선일보 제공>

뉴스 모니터는 신문 발행 과정에서 내부 구성원(편집국장, 데스크, 기자, 편집기자 등)이 지면을 모니터링할 수 있도록 기사를 공유하는 시스템으로, 판(板)이 바뀔 때마다 새롭게 편집된 지면이 공유된다. 초판 발행 이후 편집 과정에서 어떤 변화가 일어나는지 확인할 수 있는 좋은 자료이지만, 편집 과정의 변화를 그대로 드러내는 자료기 때문에 조심스러웠다. 편집국장에게 뉴스 모니터 자료를 살펴보고 수집하도록 허락을 받은 후 자료를 수집하기 시작했다. 편집국에 머물면서 관찰하는 동안 많은 시간을 뉴스 모니터 자료 수집에 할애했다. 2021년 10월 1일부터 2022년 2월 18일까지 총 118일 동안 초판부터 5판까지 발행된 모든 지면(총 11,780면)을 확보했다. 한국언론학보 68권 1호에 실린 <신문의 지면 편집은 무엇을 지향하는가>라는 제목의 논문은 뉴스 모니터를 통해 수집한 판별 지면에 대한 내용 분석과 편집국 내에서 이뤄지는 두 차례의 지면 편집회의(5시 30분 초판 편집회의, 9시 51판 편집회의)에 대한 참여관찰 결과를 토대로 작성했다.

허약한 희망의 불씨... 현장이 말해주는 것

현장 연구의 마지막은 논설위원실 참여관찰이었다. 2022년 2월 14일부터 18일까지 5일간 6층 논설위원실에 머물면서 오전과 오후 두 차례 열리는 회의에 참석했다. 어수선하고 분주한 편집국과 달리 논설위원실은 조용한 분위기에서 개인적인 작업에 집중하는 분위기였다.

현장에 있는 사람들은 종일 편집국에 머물면서 모든 시간과 에너지를 뉴스에 쏟아붓고 있었다. 언론에 대한 혐오와 손가락질, 불안한 미래 전망 속에서 위기의 하루하루를 살아가고 있는 사람들이었다. 성찰과 관행, 희생과 워라밸, 일에 대한 자긍심과 불안정성(precaarity) 사이에서 갈팡질팡하면서도 가장 정확한 팩트를 가장 적합한 단어와 문장, 이미지로 전달하기 위해 늦은 밤까지 뉴스 생산에 몰두하고 있었다. 방향이 어디인지, 무엇을 향해 나아가는지 성찰할 여유도 없이 그렇게 하루하루 달려가고 있었다.

언론의 위기는 이 지점에서 시작되고 있었다. 이들을 어떻게 다시 소명 의식으로 충만하게 할 것인가. 차갑게 식은 열정을 어떻게 다시 끓어오르게 할 것인가. '80~90년대의 짧은 전성기를 거친 후 언론은 침체를 겪어 왔다. 이들이 힘겹게 버티어 온 그 긴 기간 동안, 사회는 이들의 헌신에 대해 놀랍도록 한 일이 없다. 인정과 보상보다는 이들을 불신하고 냉소하며 심지어 악으로 매도했다.

현장엔 희망이 존재했지만, 그 불씨는 하시라도 꺼질 듯 허약했다. 시간이 많지 않다. 언론이 사회를 지켜왔듯, 이제 사회가 언론을 지켜야 한다. ■

2024 국제 저널리즘 페스티벌 참관기

관점과 통찰을 원하는 뉴스 소비자,
AI 시대에도 저널리즘의 본질이 중요한 이유

이승찬 한국외대 미디어커뮤니케이션학 박사수료

작년에 이어 올해 열린 국제 저널리즘 페스티벌의 주요 화두 역시 AI였다. 그중에서도 AI 저널리즘의 윤리성 확보와 관련 규제를 어떻게 마련해야 할지에 대한 논의가 활발히 이뤄졌다. 전 세계 언론인들이 참여한 열띤 토론의 현장을 들여다본다. 편집자 주

이탈리아 페루자(Perugia)에서 지난 4월 17일부터 21일까지 열린 2024 국제 저널리즘 페스티벌(IJF, International Journalism Festival)은 전 세계 언론인들의 축제의 장이었다. 수천 명에 달하는 기자와 편집자, 그리고 미디어 연구자들이 한데 모여 저널리즘 현장의 최전선 화두를 놓고 뜨거운 토론을 펼쳤다. 전쟁 취재 문제부터 표현의 자유와 언론인 보호, 다양성과 포용성 증진, 탐사보도의 중요성, 기후 재앙에 대한 대응, 가짜뉴스 확산 방지 대책에 이르기까지 논의의 주제는 실로 다양했다.

올해 IJF에서도 주요 관심사는 생성형 AI 기술이 저널리즘에 가져올 변화와 과제였다. ‘AI 저널리즘’을 키워드로 내건 세션만 무려 13개에 달했고, 뉴스룸 운영을 다룬 세션 중에서도 4개가 AI 기술 활용에 초점을 맞출 정도였다. 이는 AI 기술이 이미 뉴스 생산 현장 곳곳에 스며들어 일상화되고 있음을 여실히 보여준다. 동시에 AI 활용이 본격화되는 만큼 그에 걸맞은 윤리 기준 정립도 더는 미룰 수 없는 시급한 과제로 부상했음을 시사한다.

작년 《신문과방송》 7월호 <페루자에서 보는 저널리즘의 미래 AI에서 벗어날 수 없다>¹⁾에서 ‘AI 기술이 저널리즘에서 어떤 역할을 할 것인가’에 대한 전망을 소개했다면, 올해 페스티벌에서는 ‘AI 저널리즘 윤리와 규제’라는 보다 실천적인 화두가 집중적으로 논의됐다. AI 기술이 뉴스룸의 주요 시스템으로 자리 잡은 지금, 그에 수반되는 제반 쟁점들이 첨예하게 제기되는 양상이었다. 이에 이번 글에서는 올해 IJF에서 비중 있게 다뤄진 여러 논점 가운데서도 ‘AI 저널리즘 규제’에 방점을 찍어 살펴보고자 한다.

AI에 대한 확고한 주체의식

AI 저널리즘이 가속화되는 현시점에서 가장 주목 받는 화두는 단연 규제 문제다. AI 저널리즘 규제를

1) 천현진, <페루자에서 보는 저널리즘의 미래 AI에서 벗어날 수 없다>, 《신문과방송》 2023년 7월호

둘러싼 논의에는 AI 플랫폼 기업, 뉴스 매체, 뉴스 소비자뿐 아니라 정부와 감독기구 등 다양한 이해관계자들이 얽혀있다. 여기에 ‘표현의 자유’라는 민감한 가치까지 얽혀들면서 매우 복잡한 양상을 보인다.

이에 이번 IJF의 ‘Regulating AI in (and for) the news’ 세션에서는 옥스퍼드대 펠릭스 사이먼(Felix Simon) 연구원, 컬럼비아대 에밀리 벨(Emily Bell) 교수, 인도 언론사 퀸트(Quint Digital Limited)의 공동 설립자인 리투 카푸르(Litu Kapur), 암스테르담대 나탈리 헬베르거(Natali Helberger) 교수가 토론자로 나서 뉴스와 저널리즘을 위한 AI 규제 방안에 대해 심도 있는 논의를 펼쳤다.

토론자들은 한목소리로 AI 기술이 이제 저널리즘 현장의 필수 도구로 자리매김했다는 점을 인정하면서도, 다양한 윤리적 쟁점과 부작용에 대한 규제 필요성을 강조했다. 펠릭스 사이먼은 “AI는 이미 뉴스와 저널리즘의 핵심 동력이 됐지만, 정보의 정확성과 편향성, 알고리즘의 투명성, 기술 권력의 집중, 지식 재산권 침해 등 해결해야 할 과제가 산적해 있다”고 지적하며 “책임감 있는 AI 활용을 담보하기 위한 규제 방안 모색이 시급하다”고 역설했다.

다른 패널들 또한 AI 규제 필요성에 공감했지만, 정부 규제와 언론사 자체 규제를 구분해야 한다고 지적했다. 리투 카푸르는 “퀸트는 AI 활용에 만전을 기하고 있지만, 정부가 과도하게 개입하면 언론 자유를 침해할 수 있다”며 “언론사 차원의 자율규제가 우선돼야 한다”고 강조했다. 그는 정부 규제와 언론사 자체 규제 투트랙 방식을 제안했다.

AI 기술 모델 자체에 대한 규제 필요성도 논의되었다. 나탈리 헬베르거 교수는 2023년 이탈리아가 챗GPT 접속을 전면 차단한 사례를 거론하며 ‘신뢰할 수 있는 AI 기술’의 중요성을 강조했다. 그는 “많



‘Regulating AI in (and for) the news’ 세션의 모습. 좌측부터 에밀리 벨(컬럼비아대 교수), 펠릭스 사이먼(옥스퍼드대 인터넷 연구소 연구원), 리투 카푸르(인도 뉴스사이트 더퀸트 공동 창립자), 나탈리 헬베르거(암스테르담대 교수) ©Federica Mastroforti, IJF 2024.

은 미디어가 자체 대규모 언어모델 개발보다는 기존 모델을 미세 조정해 활용하는 만큼, 안전하고 신뢰할 만한 모델이 필수적”이라며 AI 도구의 신뢰도를 높일 수 있는 기본 규정 마련을 주문했다. 아울러 “단순히 큰 모델을 사용하기보다 합법적 데이터로 훈련된 투명하고 신뢰할 만한 모델을 비판적으로 활용해야 한다”고 당부했다.

에밀리 벨 교수 역시 AI 모델의 데이터 무결성이 관건이라고 지적했다. 벨 교수는 “언론사 밖에서 특정 AI 도구 채택을 강요하는 압력이 커 내부 윤리 지침 마련이 필요하다”며 “상업적으로 사용 금지된 데이터가 훈련 모델에 활용되는 등 뉴스 AI의 데이터 투명성과 신뢰성 제고가 시급하다”고 역설했다.

참가자들은 마무리 발언에서 언론인들이 AI에 대한 비판적 시각을 가져야 한다고 입을 모았다. 에밀

리 벨 교수는 “AI 분야에서 확고한 주제 의식을 갖춰야 한다”고 강조했다, 리투 카푸르 쿼트 공동 설립자는 “기술을 제대로 배우고 이해해 AI 도구 활용을 주도해야 한다”며 “AI가 무엇인지, 무엇을 할 수 있는지를 스스로 깨달아야 한다”고 언론인에게 당부했다. 이러한 과정을 통해 언론계가 AI에 대한 적절한 규제를 스스로 마련할 수 있을 것이라고 설명했다.

허위 정보, 본질적으로 인간이 원인

‘AI and Journalism: What Does It Take to Get It Right?’ 세션에서는 다양한 전문가들이 한자리에 모여 AI가 뉴스 산업에 미치는 영향과 이에 따른 윤리적, 규제적 문제들을 집중 조명했다. 이 세션은 국경없는기자회(RSF, Reporters Without Borders)가 지난해 11월 발표한 ‘AI와 저널리즘에 관한 파리 헌장²⁾을 기반으로 진행됐다.

RSF의 AI 데스크 책임자인 아서 그리몽퐁(Arthur Grimonpont)은 현재 RSF가 ‘신뢰할 수 있는 정보에 대한 권리 보호’에 주력하고 있다고 설명했다. 그는 저널리즘 시장에 세 가지 위협이 존재한다며 “첫째는 사실과 허구 구분 능력에 대한 위협, 둘째는 저널리즘 지속가능성에 대한 위협, 셋째는 공유된 현실 인식 능력에 대한 위협”이라고 지적했다. 이에 AI 저널리즘 시대를 맞아 언론계의 각별한 주의와 책임이 필요하다고 역설했다.

첫 번째 주제인 ‘사실과 허구를 구별하는 저널리즘의 책임’에 대해 프랑스 AFP 소피 휴엣 편집장은 자사의 다양한 이니셔티브를 소개했다. 휴엣 편집장은 “150명의 전담 글로벌 팩트체커와 니콘(Nikon)이

공동 개발한 사진 워터마크 추적 기술로 출처 입증 가능해졌다”며 언론사 차원의 진위 구분 기술 개발 필요성을 강조했다. 아울러 “AI 결과물에 대한 인간의 직접 확인과 검증이 필수적”이라고 덧붙였다.

찰리 베킷 교수는 허위 정보의 근본 원인이 기술 자체에만 있는 것이 아니라고 지적했다. 그는 최근 가짜지구 분쟁과 관련한 허위 정보들을 예로 들며, 대부분이 비디오 게임 등의 이미지를 가져와 의도적으로 잘못된 라벨을 달아 유포한 인간의 조작 행위에서 비롯된 것이라고 설명했다. 베킷 교수는 “결국 허위 정보의 본질적인 원인은 기술이 아닌 인간의 활동”이라며 “딥페이크 기술만큼이나 우려스러운 것은 이런 종류의 인간 조작”이라고 날카롭게 비판했다.

두 번째 주제인 ‘저널리즘의 지속가능성’에 대해 아서 그리몽퐁은 AI 플랫폼들이 점차 게이트키퍼 역할을 하면서 전통 뉴스미디어의 수익 기반을 위협할 수 있다고 경고했다. 그는 마이크로소프트나 구글 같은 빅테크 기업들이 뉴스 질의에 대한 대담을 직접 제공하는 시스템을 구축하고 있어, 이것이 기존 언론사들의 주요 수익원이었던 뉴스 콘텐츠 유통에 치명타가 될 수 있다고 우려했다.

2) 2023년 국경없는기자회와 전 세계 16개 언론 단체, 미디어 및 학계 전문가로 이뤄진 위원회가 작성한 언론인의 인공지능 활용에 대한 최초의 윤리 헌장으로 미디어 기술 선택에서 윤리를 최우선하고, 편집권 결정은 반드시 사람이어야 하며, 미디어는 소비자가 진짜와 합성물을 구분하도록 도울 것 등 10개의 원칙으로 구성된 헌장이다. <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism#:~:text=It%20was%20created%20by%20a,Peace%20Prize%20laureate%20Maria%20Ressa.&text=On%20November%2010th%2C%202023%2C%20Reporters,occasion%20of%20Paris%20Peace%20Forum>.



'AI and journalism: what does it take to get it right?' 세션의 모습. 좌측부터 아냐 쉬프린(컬럼비아대 국제 공공문제관리대 디렉터), 아서 그리몽퐁(국경없는기자회 AI 데스크 책임자), 소피 휴엣(프랑스 AFP 글로벌 편집장), 찰리 베킷(런던정경대 교수)
©Federica Mastroforti, IJF 2024.

아냐 쉬프린 역시 이 문제를 지적했다. 그는 구글이 뉴스 콘텐츠에 대해 언론사에 적절한 대가를 지불하지 않고 있다며, 이대로 가면 뉴스 산업 전체가 재정적 위기에 내몰릴 수 있다고 경고의 목소리를 높였다.

하지만 찰리 베킷 교수는 다소 다른 견해를 피력했다. 그는 저널리즘 산업이 변화하는 경제 모델에 능동적으로 대응하고 적응해 나가야 한다고 주문했다. 과거 광고 중심 수익 모델에서 벗어나 이제는 대중과의 관계 형성, 소통에 방점을 뒀야 한다는 것이다. 베킷 교수는 “뉴스 소비자 데이터를 활용해 관련성 있고 유용하며 재미있는 저널리즘 콘텐츠를 만들어 내는 게 관건”이라며 제품 디자인과 사용자 경험 혁신 등에 주력해 소비자의 삶 속에서 뉴스미

디어의 가치를 인정받아야 한다고 역설했다.

소피 휴엣 편집장 역시 이 같은 제품 혁신의 필요성에 공감했다. 하지만 그는 “모든 과정에서 저널리즘 본연의 가치인 사실 확인, 검증, 신뢰성 제고 원칙을 잊어서는 안 된다”고 강조했다. 새로운 뉴스 수요에 부응하려면 혁신이 필수지만, 저널리즘의 핵심 정신은 꼭 지켜내야 한다는 주장이었다.

마지막으로 ‘공유된 현실 인식 능력에 대한 위협’이라는 주제에 대한 토론에서는 AI 추천 콘텐츠가 사람들의 필터버블을 강화하고 사회적 분열을 부추긴다는 우려의 목소리가 있었다. 아서 그리몽퐁은 요즘 정보 공간에서 나타나는 병목 현상의 주된 원인이 소셜 미디어를 통해 소비되는 AI 추천 콘텐츠에 있다고 짚었다. 그는 이러한 상황이 사회 구성원

들 간의 분열을 조장하고 있다고 주장했다. 그리폰 풍은 “전 세계 인구의 절반가량이 하루에 2시간 30분 가까이 소셜미디어에서 AI가 추천하는 콘텐츠를 소비하고 있다. 문제는 이런 추천 시스템이 이용자의 참여만을 최우선으로 설계돼 있다는 것이다. 그 결과 오해를 불러일으키고 유해하고 선정적인 불만을 부추기는 내용들이 널리 퍼지게 될 것”이라고 경고했다. 그는 개인화 알고리즘이 만들어 내는 필터 버블로 인해 사람들 사이의 건전한 합의와 토론이 점점 어려워질 것이라는 우려를 나타냈다.

반면 찰리 벤키트 교수는 이에 대해 다른 견해를 밝혔다. 그는 “사실 온라인에 접속하는 사람들은 오프라인에 비해 훨씬 더 다양하고 폭넓은 관점에 노출되곤 한다”라며 디지털 미디어 시대에 100% 개인화된 정보 소비란 존재하지 않는다고 일축했다. 벤키트 교수는 “완벽한 개인화는 하나의 신화에 불과하다”라고 강조하면서, 저마다의 정체성을 가진 뉴스 소비자들이 자신의 관심사나 성향에 맞는 콘텐츠를 선택하는 것은 당연한 권리라고 주장했다. 그는 “문제의 본질은 개별 팩트가 아니라 그런 팩트들을 어떤 맥락에서 해석하고 이해하느냐에 있다”고 역설했다. 나아가 정치적 양극화 문제도 디지털 미디어 발달의 결과로 보기는 어려우며, 이는 오히려 양극화를 정치적 도구로 악용하려는 일부 정치인들에게 그 책임이 있다고 지적했다.

투명성, 리터러시 그리고 저널리즘의 진화

IJF의 참석자들은 AI 저널리즘 시대를 맞아 언론계가 직면한 윤리적 과제에 대해 다양한 의견을 쏟

아냈다. 이들 대부분은 AI 기술 그 자체를 넘어 도덕성과 윤리성을 담보할 수 있는 제도적 장치와 구체적인 가이드라인 마련이 시급하다는 데 의견을 모았다. 특히 언론사 차원에서 AI 기술 활용에 대한 투명한 기준과 원칙을 세워야만 저널리즘의 지속가능성을 확보할 수 있다는 지적이 많았다.

또한 언론인 스스로 AI에 대한 이해의 폭을 넓히고 활용 역량을 높여야 한다고 강조했다. AI를 동원해 저품질의 콘텐츠를 쏟아내서는 안 된다는 것이다. 대신 AI를 적절히 활용해 단순 반복 업무에서 벗어나 생산성을 높이고, 저널리즘 본연의 가치를 더욱 강화함으로써 뉴스 소비자들과의 접점을 확대해 나가야 한다고 조언했다. 이를 위해 무엇보다 언론인 개개인이 AI에 대한 리터러시를 갖추고 변화를 관리해 나가는 자세가 중요하다고 입을 모았다.

아울러 급변하는 뉴스 소비 트렌드에 적극 부응해야 한다고 지적했다. 오늘날의 독자들은 이미 널리 알려진 정보의 단순 나열이 아니라 새로운 시각과 깊이 있는 통찰, 다채로운 관점을 담은 기사를 원한다. AI 기술이 발전할수록 기사 작성의 자동화 비중은 높아질 수밖에 없다. 그만큼 언론인들은 AI가 대신하기 어려운 영역, 즉 창의적이고 분석적인 사고를 요하는 작업에 더욱 매진해야 한다. 단순한 사실 전달을 넘어 복잡한 이슈의 맥락과 함의를 깊이 있게 탐구하고 해석하며, 다양한 목소리를 담아내는 데 주력해야 한다는 것이다.

참석자들은 이처럼 저널리즘이 시대 변화에 발맞춰 혁신의 고삐를 늦추지 않는다면 AI 시대에도 충분히 독자와 의미 있는 유대를 이어갈 수 있으리라 전망했다. 저널리즘 본질에 대한 끊임없는 물음과 도전 정신을 잃지 않는 한, 앞으로도 저널리즘은 우리 사회에서 불가결한 역할을 해낼 수 있을 것이다. ■

복리뷰: 《고통 구경하는 사회》

구경과 목격 사이 그 어딘가 뉴스의 현재 위치를 생각한다

변은샘 부산일보 기자



고통 구경하는 사회 ©웨일북

2년 전 10월 29일, 휴대전화를 들고 있던 대한민국 국민은 모두 그날을 기억한다. 그날 그 시간, 누구도 동영상에서 자유롭지 못했다. ‘실시간 이태원’ 태그가 붙은 동영상은 휴대전화 속 창이 켜져 있던 모든 곳에 올라왔다. SNS와 채팅방에, 포털과 기사 창에서 사고 장면들은 끊임없이 재생됐다. 흰 천에 가려진 살과 마지막 도움을 청하는 손들과 다급하고 절박한 표정이 적나라하게 드러났다. 지금 서울 한복판에서 일어나고 있는 일이라고는 믿을 수 없는 처참한 사건이었다.

그 순간을 더 처참하게 했던 것은 “구조 대신 촬영을 선택한” 누군가 영상을 찍고 올렸으며, 그렇게

퍼날라진 영상이 우리에게 도착했다는 것이다. 우리는 그렇게 실시간 삶과 죽음의 경계에서 있는 사람들을 다 같이 ‘구경’했다. 대규모 구경꾼이 됐던 그날은 모두에게 뼈아팠다. 사회가 현시대의 고통을 어떻게 콘텐츠로 소비하고 있는지, 이태원 참사는 적나라하게 들춰냈다.

김인정의 《고통 구경하는 사회》가 이태원 참사 이야기로 글을 여는 것은 우연이 아닐 것이다. 그는 지금 사회의 고통 비즈니스가 어떤 모양인지 가감 없이 드러낸다. 그리고 그는 이 비정상적 이상 징후가 갑자기 나온 것이 아니라고 말한다. 재해가 있어야만 지방의 존재를 깨닫는 우리의 시선에서, 눈물이나 사연이 있어야만 비로소 뉴스로 쳐주던 사회 문법에서, 님은 고통만 공감하던 우리 안에서 존재해 온 현상이라고 그의 취재 기록을 빌어 이야기한다.

고통, 구경인가, 목격인가?

저자인 김인정의 이력을 보면 그가 왜 첫 책에서 고통을 화두로 던졌는지 짐작된다. 그는 꾸준히 고통을 보고 기록하고 고민해 온 사람이다. 고통에 대한 질문으로 가득 찬 이 책은 저자의 행적과도 맞닿아 있다.

주로 사회부 기자로 10년간 사건·사고, 범죄, 재해

등을 취재한 그의 시선은 고통의 국경도 넘었다. UC 버클리 탐사보도센터에서 인종차별 문제, 소셜미디어와 마약 문제, 시민운동 등을 다룬 다큐멘터리를 제작했고, 더네이션(The Nation), CNN 등 외신에서는 한국의 참사와 학살을 보도했다. 지금 그는 미국에서 프리랜서 기자로 다양한 언론사와 협력하여 취재와 집필 활동을 하고 있다.

《고통 구경하는 사회》는 얼핏 ‘고통’을 탐구한 하나의 완결된 논문 같다. 1장에서 이태원 참사 현장에서 시민들의 구경하는 시선을 포착했던 김인정은 2장에서 고통 포르노가 어떤 모양인지 구체화한다. 지방, 산업재해, 5.18 민주화운동과 빈곤. 그가 뉴스로 다뤘던 다양한 고통이 누구의 눈으로 어떻게 비쳤는지 되돌아본다. 그가 다루는 고통의 외연은 확장된다. 3장에서 저자는 ‘답지 않은 고통’을 말한다. 미국 증오 범죄, 홍콩 민주화 시위, 마약 문제, 젠더와 지방의 장면을 비추며 접점이 없다는 이유로 우리가 주목하기를 관둔 고통을 사유한다.

책의 마지막 장에 이르러 그는 글을 열 때 던졌던 질문을 다시 던지며 답을 구한다. 구경과 목격은 다른가, 다르다면 우리는 고통을 구경하고 있는가 목격하고 있는가, 계속 구경할 것인가. 그는 이 질문의 해답을 찾기 위해 지금까지 달려온 것만 같다. 치열한 고민을 거친 그의 말은 명확하다. 우리의 응시가 변화의 동력이 될 수 있도록, 실패하더라도 응시를 멈추지 말라는 것이다.

고통 비즈니스 한복판의 언론

오늘날 우리는 뉴스로 타인의 고통을 접한다. 고통이 돈이 된 지는 오래됐다. 고통 비즈니스 속에서

자극성은 상업성으로 치환된다. 더 자극적일수록 더 돈이 되는 시대. 범람하는 고통의 장면들은 우리의 감각을 무디게 하고 무기력하게 한다.

이 고통 비즈니스 한복판에 언론이 있다. 언론은 고통 콘텐츠의 도매시장이자 유통업계, 전시장이 됐다. 그 안에서 고통 콘텐츠를 발굴하고 내보내던 기자인 저자는 딜레마에 빠진다. 김인정은 질문한다.

“내 질문은 이렇다. 이 모든 걸 보면서도, 인간이 무언가를 바꿀 수 있다고 믿는 게 가능할까? 우리가 절망하지 않는 게 가능할까? 우리는, 지치지 않을 수 있을까?”

저자는 언론이 단지 구경자를 넘어 목격자로 나아가기 위해 무엇을 해야 하는가에 대해 고민한다. 열결에 동참해 온 오늘날 언론이 고통을 재현하는 방식을 반추한다. 그 결과로 짧은 3분 방송, 6매 신문 기사에서 뉴스 문법에 따라 삭제된 장면들을 이 글에서 그는 다시 끌어올린다.

저자의 눈으로 다시 비춘 뉴스는 이렇다. 충청북도 청주시 흥덕구 오송읍 궁평2지하차도에 가득 찬 흙탕물 속에서 잠겨있던 시내버스를 비추는 보도 카메라라는 수도권 사건·사고를 비추던 카메라보다 한발 늦고, 어느새 흔해진 산업재해는 연민을 끌어올 사연이 없으면 평가절하돼 조명받지 못한다. 중앙뉴스가 시공간적으로 아득해진 오월어머니보다 5.18 혐오를 새로운 사건으로 취급해 주목할 때, 지역뉴스는 지역의 참사를 더 느리게 잇기 위해 매년 ‘제사’를 치른다.

누락된 장면을 두고 그는 “뉴스는 시의적절한 슬픔에 대해서만 반응한다”고 일침을 가한다. 동시에 그러 한 뉴스 문법에 동참하였던 것을 두고 “우리가 보이는 고통을 수집하는 사이에 보여줄 수 없는 고통과 보이

“

“알고리즘과 구독에 갇힌 나의 타임라인을 빠져나와 다른 삶의 존재를 알아채는 것 나와 연관되지 않은 일 역시 중요할 수 있다는 사실을 인정하는 것”이라고 말한 대목은 의미심장하게 다가온다. 국민 대다수가 알고리즘의 필터링으로 늘 접하던 정보의 벽에 갇혀있는 필터버블 사회에서, 믿고 싶은 것만 믿고 보고 싶은 것만 보는 확증편향에 빠지는 것은 자연스럽다.

”

지 않는 고통은 상대적으로 소외된다”며 반성한다.

저자가 누락된 장면을 넣어 다시 써 내려간 이야기는, 기존 뉴스와는 다른 모양으로 흘러가기도 한다. 환경미화원의 지하 쉼터에서 일어난 화재를 다룬 뉴스다. 저자는 화재 원인이 지하 습기와 가전제품 사용이 일으킨 누전으로 정리된 것을 두고 ‘대체로 다 이런’ 지하 쉼터 풍경들을 찾아내 뉴스로 내보낸다. 아슬아슬하게 전기를 끌어다 가전제품을 쓰고 있는 미화원의 지하 쉼터 풍경은 대부분 같았고 그는 ‘와닿게’ 보여주기 위해 미화원들이 자꾸만 가리는 빈약한 살림살이를 찍는다. 뉴스가 제시한 대안은 양지에 만들어진 미화원들의 쉼터였다.

그러나 취재 막바지, 좋은 사례로 꼽힌 취재에도 반가워하지 않는 미화원들의 태도에 그는 깨닫는다. 지상으로 올라간 쉼터는 미화원들의 휴식이 적나라하게 드러난 탓에 주민들의 눈총을 받아야 했다. 그는 “쉬는 걸 보이지 않아야 쉴 수 있는 사람이 있다”고 하면서 고쳐져야 하는 것은 환경이 아니라 애초 미화원들의 휴식을 지하로 밀어 넣은 사회였

다고 뉴스를 다시 적는다. ‘와닿게’ 보여주고자 미화원들이 손바닥으로 재차 가리던 살림살이를 영상으로 내보내던 취재 방식 또한 적당한 ‘예시’로 뉴스에 등장하는 사회적 약자가 겪어야 하는 고통이 아니었는지 되새긴다.

이미 끝난 뉴스를 다시 건져 올려 가공하는 저자는 무엇을 놓쳤었는지, 무엇을 바라봐야 하는지 치열하게 고민해 새 이야기를 써 내려간다. 고통의 언어를 치열하게 고민했기에 나올 수 있는 뉴스의 모양이다.

알고리즘 밖으로 나온 고통

저자가 다루는 고통의 외연은 국경을 넘어간다. 그가 “알고리즘과 구독에 갇힌 나의 타임라인을 빠져나와 다른 삶의 존재를 알아채는 것. 나와 연관되지 않은 일 역시 중요할 수 있다는 사실을 인정하는 것”이라고 말한 대목은 의미심장하게 다가온다. 국민 대다수가 알고리즘의 필터링으로 늘 접하던 정보의 벽에 갇혀있는 필터버블 사회에서, 믿고 싶은 것만 믿고 보고 싶은 것만 보는 확증편향에 빠지는 것은 자연스럽다. 이러한 확증편향은 편향적 공감으로 옮겨간다. 보고 들어 익숙한 모양의 고통에만 공감하게 된 오늘날, 사람들은 닮지 않은 고통을 쉽게 외면한다.

편향적 공감에 대한 사례로 저자는 우크라이나전이 일어났을 무렵 다니얼 해넌(Daniel Hannan) 전 영국 보수당 의원이 영국 신문 텔레그래프에 적은 글을 가져온다. 해넌은 이렇게 썼다.

“그들은 우리와 너무나도 닮았다. 바로 그 점이 이 일을 이렇게나 충격적이게 한다. 우크라이나는 유럽

국가다. 넷플릭스를 보고 인스타그램을 하고, 자유선거에 투표하고, 검열받지 않은 신문을 읽는다. 전쟁은 더 이상 빈곤하고 외딴곳에 사는 이들에게만 찾아오지 않는다. 전쟁은 누구에게나 일어날 수 있다.”

넷플릭스를 보고 인스타그램을 하고 검열 없는 신문을 읽는 이렇게나 ‘우리’ 같은 사람들에게 “빈곤하고 외딴곳에 사는 이들”에게나 일어나는 전쟁이 벌어질 수 있다는 해년의 말은 더없이 솔직하고 정직하다. 여기서 그가 ‘우리’로 묶고 있는 이들은 넷플릭스, 인스타그램, 유럽 국가, 자유선거의 조건을 충족한다. 해년은 이렇게 그 바깥에 놓인 이들에 대해서는 전쟁이 찾아와도 놀랍지 않은 위치에 놓는다. 그의 분류법은 필터버블 사회에서 이미 모두가 행해오던 방식이다.

‘우리’와 ‘그들’을 나누는 방식은 연민을 불러일으키는 데 효과적인 방식이 된다. 결국 오늘날 공감의 촉발되려면 일단 ‘우리’ 안에 속해야 하는 셈이다. 뉴스의 문법은 이러한 편향적 공감을 따라간다. 와닿는 뉴스를 만들기 위해서는 공감을 촉발해야 하므로 뉴스는 시민들과 쉽게 접점을 만들 수 있을만한 것들을 다룬다.

저자는 이 지점에서 다시 묻는다. 나와 닮은 것들에 대한 연민은 비좁은 단위로 파고들어 그 바깥을 바라볼 수 없도록 우리의 이성을 빨아들이고 있는 건 아닐까? 우리가 생산하는 뉴스, 도달하는 뉴스는 나/우리의 테두리를 벗어난 것일 수 있을까? 나와 닮은 것에 대한 연민을 자극하고 발휘하는 것만으로 우리가 세상에 충분한 변화를 일으킬 수 있을까?

꼬리에 꼬리를 무는 질문에 대해 저자는 오늘날 뉴스를 만드는 사람들에게 닮음을 넘어서는 공감의 필요하다는 결론에 다다른다. 저자가 국내 재해 현

장과 홍콩 시위 한복판, 광주 평화광장과 캘리포니아주의 마약 거리를 중형무진한 것은 결국 닮지 않은 고통까지 가까워지기 위한 노력이다.

멈추지 않는 ‘응시’

뉴스가 오역하거나 누락한 고통을 말하던 저자는 다시 돌아와 구경과 목격 사이 어디쯤 놓여있는 뉴스의 현재 위치를 생각한다. 그리고 오역하거나 누락하더라도 뉴스는 응시를 멈추어서는 안 된다고 말한다. 보도의 영역으로 넘어온 애도와 공감의 방식은 “겪은 이들과 겪지 않은 이들 사이에서, 기억의 연결고리가 깜빡이다 꺼지지 않도록 기능하는 일”이다.

고통을 응시하는 일은 비단 언론에 한정된 이야기는 아니다. 구경이 될 수 있다는 걱정에 고통을 보는 일 자체를 멈춘다면 더 나은 방향으로 나아갈 기회를 놓치는 일이 된다. 저자는 재차 “구경으로 시작됐다고 하더라도 그 시선을 멈추지 말기를, 여력이 된다면 포기하지 말고 움직이기를” 당부한다.

고통의 재현을 둘러싼 그의 치열한 자기반성과 성찰의 흔적이 묻은 이 책을 덮을 무렵에는, “대중을 위한 일종의 대속(代贖) 작업을 했다”는 추천사가 더없이 와닿는다. 언론과 사회가 진작 했어야 할, 그러나 미뤄둔 고민을 정면으로 마주해 온 그의 기록 앞에서는 모른 척 고개 돌렸던 장면들이 떠올라 땀뻑하기 어렵다. 그러므로 응시를 멈추지 말라는 그의 당부에는 힘이 있다. 미옥한 고통의 재현만을 경험해 무기력해진 이 시대에, 죄책감을 넘어서야 한다는 그의 말은 날카롭고 중요하다. 지금 더 많은 고통에 대한 이야기가 필요하다. 📖

미디어 인사이드



- 55 대담: 언론사 변호사 이야기
급변하는 미디어 법적 이슈,
가치의 충돌 속에서 균형잡는 조연자
김민정 한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수
-
- 61 언론상담소: 기자의 일과 육아
기자만의 고민이 아닌 우리 사회의 문제
언론계가 앞장서 다양한 근로 형태 정착시켜야
권정두 시사위크 기자

대담: 언론사 변호사 이야기

급변하는 미디어 법적 이슈, 가치의 충돌 속에서 균형잡는 조연자

김민정 한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수

미디어 환경 변화에 따라 이를 둘러싼 법적 이슈도 다양해지고 있다. 명예훼손, 인격권 침해, 사생활 침해 등과 저작권 위반, 개인정보보호법 위반 등 언론법 고유의 이슈에서 최근 화두인 AI 대응에 이르기까지, 취재·보도와 분쟁 현장을 지키고 있는 언론사 변호사들의 경험담과 조언을 들어본다. 편집자 주

《신문과방송》은 언론사 변호사 네 명을 초대해 간담회를 열었다. 서규진 동아미디어그룹 변호사, 안재형 SBS 변호사, 장희진 가로재 법률사무소 변호사, 정진우 중앙그룹 변호사가 참석해 자신들의 경험을 나눴고 전문성에 기반한 조언도 제시했다. 대담은 지난 4월 5일 프레스센터에서 이뤄졌고, 진행은 김민정 한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수가 맡았다.

보도 뒤에는 법무팀이 있다

김민정 주요 업무를 간단히 소개하면?

서규진 언론사 법무팀의 주요 업무는 크게 네 가지로 구분할 수 있다. 가장 큰 부분은 언론중재위원회 조정, 그리고 소송이다. 그다음은 계약서 검토와

자문, 세 번째가 법률 교육, 마지막이 업무 데이터 관리다.

안재형 거의 비슷하다. 기자들이 작성하는 기사나 <그것이 알고싶다>, <궁금한 이야기 Y>와 같은 프로그램 내부 구성안을 미리 검토하기도 하고, 영상 확인이라든지 저작권 침해 등도 함께 검토한다.

김민정 언론 분야 업무에 관심을 가지게 된 계기는?

정진우 경제적 부가가치 창출을 우선으로 하는 일반 기업과 달리 사회적 비판과 감시를 수행하는 언론사에 대한 궁금증이 있었다. 입법부, 사법부, 행정부에 더해 네 번째 권력이라는 언론은 실제로 어떤 모습일지, ‘비판과 감시’ 역할은 어떤 식으로 하는지 궁금했고, 그런 일을 하는 사람들을 만나보고 싶다고 생각했다.

장희진 변호사 시험에 합격하고 법조 기자로 3년 정도 일했다. 동아미디어그룹 소속 변호사로 일하다



지난 4월 5일 프레스센터에서 열린 대담에서는 김민정 한국외대 교수(가운데)가 사회를 맡았다. ©한국언론진흥재단

가 개업했고 지금은 한국일보 자문을 맡고 있다.

김민정 언론사에서는 어떤 종류의 법적 문제가 흔히 발생하나?

서규진 보도·제작 관련 언론법 고유 이슈들인 명예훼손, 인격권 침해, 사생활 침해 등이 주로 발생하고 또 저작권 위반, 개인정보보호법 위반이 최근 들어 청구원인으로 눈에 띈다.

안재형 덧붙이면, 취재 과정에서의 불법성 논란도 많이 발생한다. 주거침입죄가 주로 문제가 된다. 또 녹취 관련해서 통신비밀보호법 문제도 있고 취재 대상을 쫓아다니면서 취재하다가 스토킹처벌법으로 고소당하기도 한다.

김민정 매체 유형(신문이나, 방송이나)에 따른 차이도 있나?

정진우 신문에 비해 방송 쪽에서 더 많이 발생하는 문제는 명예훼손에서의 피해자 특정 문제다. 글로 내용을 전달하는 신문 같은 경우는 의도치 않게

피해자를 특정하게 되는 위험이 상대적으로 적는데 방송은 흐림 처리를 해도 특정이 되는 경우가 있다. 또 흐림 처리를 너무 많이 하면 방송의 생동감이 떨어지기 때문에 어느 정도 위험을 감수하기도 한다. 그래서 분쟁이 많이 생기는 특성이 있다.

한편 신문에서 더 문제가 되는 것은 외부 기고문으로 인한 명예훼손 분쟁이다. 신문사는 외부 기고문을 신는 경우가 꽤 있는데, 기고문에 대해 소송이 걸리면 글의 작성자는 외부인이지만 게시한 신문사도 법적으로는 똑같이 책임을 진다. 원칙적으로는 외부 기고문을 받는 기자가 내용을 확인하지만 현실적으로는 직접 취재하는 것보다는 사실확인이 어렵다. 이에 대해 개인적으로 생각해 본 해결책은, 반대 입장의 기고문을 비슷한 분량으로 실어주거나 반론을 상대적으로 충분히 실어주는 것이다.

장희진 외부 기고문 관련 소송을 맡은 적이 있었는데 ‘이 글은 본지의 견해와 무관합니다’라는 문구

를 달아 둔 게 도움이 됐다. 그래서 이후 교육이나 자문을 할 때 이런 문구를 최소한의 장치로 달아 둘 것을 제안하고 있다.

김민정 학계에서는 피해자 특정 관련, 초상권 침해를 우려한 과도한 흐림 처리 증가에 대한 우려가 있다. 현장에서 느끼기에는 어떤가?

장희진 대상의 동의를 구한 후 봄날의 풍경을 스케치하는 사진을 찍어서 썼는데, 나중에 사진 속 두 사람이 이혼했으니 사진을 지워달라고 요청해 온 사례가 있었다. 이런 종류의 요청이 증가하고 있고, 또 언론중재위원회에 초상권 관련해 청구하는 경우도 많은 걸로 안다. 보도 사진은 기록으로서의 가치를 갖는데 그런 측면이 존중되지 않는 것 같아 아쉽다.

김민정 방송 쪽은 어떤가?

안재형 방송금지가처분 사건이 종종 발생한다. 예전에는 법원이 방송금지가처분을 인용하는 경우가 굉장히 드물었는데 수년 전부터는 일부 인용하는 경우가 많다. 가령, 방송은 내보내되 특정하지 마라, 단정적으로 표현하지 마라 등의 조건을 거는 방식이다. 그런데 이런 조건들도 추상적이어서, 화면이 확실하지 않은 상태로 제작·방송한 후 드물게 후속 분쟁이 생기기도 한다.

기자 개인 상대의 소송 늘어나

김민정 언론사뿐만 아니라 기자 개인을 상대로 명예훼손 소송을 제기하는 경우가 늘어났다. 이에 대한 문제의식이나 대응 방안은?

서규진 기자 개인을 압박하려는 목적으로 그렇게 들 하는 것 같다. 기자들도 힘들지만, 기자를 지망하는 사람들의 동기도 저하하는 측면이 있어 대응책

을 고민하고 있다. 우선 통상적으로 회사 업무로 기사를 작성했고 그 과정에서 특별한 문제가 없었다면 회사 비용으로 조력하고 있다. 다만 기자 개인의 일탈적인 위법행위에 대해 회사가 비용을 부담하게 되면 배임 문제가 발생할 수 있어 구상금 청구 확인서 등의 안전장치는 마련하고 있다. 또 기자 개인이 피소되더라도 위축되지 않도록 ‘회사가 든든한 뒷배가 되어 준다’는 메시지를 어떻게 전달할까 고민하고 있다.

안재형 마찬가지로. 회사가 비용을 부담하고 돕는다. 회사가 기자에게 구상금을 청구한 사례는 지금까지는 없었다.

김민정 다른 분야 변호사 업무와 차별되는 업무의 특수성이나 윤리적인 고려 사항은? 보람이나 어려움을 느꼈던 사례는?

서규진 언론사는 공공성을 띠고, 영향력도 막강하다 보니 정작 언론사가 공격받을 때 적극적으로 대응하지 못한다는 점이 억울하게 느껴질 때가 있다. 가령, 특정 단체가 언론사를 공격하기 위해 보도 관련 소송을 계속 유튜브로 생중계한다. 그러면 언론사는 더더욱 취재원을 보호해야 한다는 중요 원칙 때문에 취재의 근거를 밝히지 못하게 된다. 자사 보도에 대해 법정에서 항변을 제대로 못 하게 되는 거다. 또 일반 사건이라면 변호사가 의뢰인을 대리해 적극적으로 싸울 텐데, 언론사 사내 변호사의 경우 내가 하는 말이 언론사의 이름으로 나가는 일종의 선언이다 보니 더 정제된 언어를 사용하거나 때로는 침묵하기도 한다.

장희진 소송 자료가 보도 가치를 가지는 경우들이 있어 보안에 유의해야 한다는 특수성이 있다. 언론사 간 단독 경쟁을 고려해 기사가 나가기 전 자문할 때는 보안이나 비밀 유지가 중요하다. 시사적이거나

최근 경향에 맞게 자문해야 하는 특성도 있다.

기억에 남는 사례로는 국정농단 사태 때 언론중재위원회에 출석하면서 오히려 추가 취재가 됐던 일이 떠오른다. 당시 언론사가 정정보도할 사안이 아니라면서 언론중재위원회에 출석했는데 상대방에서 소명하면 할수록 계속 취재가 됐다. 또, 사형수나 중대 범죄자가 형을 살면서 기사를 상대로 소를 제기하는 경우가 빈번하다. 기사가 법정에 직접 출석해 범죄자를 대면해야 하는 때도 있어서 스트레스가 많은 걸로 안다.

정진우 언론 관련 소송은 결국 국민의 알 권리가 먼저냐, 사생활 보호나 인격권이 먼저냐 간의 충돌인데, 실무적으로 어느 쪽에 방점을 두고 법적 조연을 해야 할지가 어렵고 고민스럽다. 변호사가 알 권리를 강조하다 보면 기사는 적극적으로 취재하다가 위법 행위까지 하게 될 가능성이 있다. 손해배상이면 회사가 대신 지불하면 되지만 형사 고소를 당하면 기자 개인이 전과자가 될 수도 있으니 걱정하지 않을 수 없다. 또 기사로 인해 취재 대상에게 큰 피해를 초래할 가능성도 고려해야 한다.

반면 변호사가 법적 위험성을 강하게 지적하면 취재가 너무 소극적으로 이뤄져 기사의 가치가 떨어지고 알 권리 보장이 충분히 되지 않을 수도 있다. 결국 충돌하는 가치들 사이에 적절한 균형을 잡아 조연해야 한다는 것이 업무의 특수성이라 생각하고 개인적으로 늘 고민되는 점이다.

미디어 환경 변화가 가져온 법적 이슈

김민정 미디어 환경의 변화로 인한 새로운 법적 이슈 혹은 최근 주목하고 있는 법적 이슈는?

서규진 저작권이 상당히 복잡하고 어려운 분야다.

특히 방송사는 보도와 또 다른 카테고리인 교양, 예능 등이 큰 비중을 차지하고 텍스트 이외에 시청각 자료를 사용하다 보니 다양한 소재 사용이 필요하다. 또 한 번 만든 콘텐츠를 지면, 홈페이지, 포털뿐만 아니라 IPTV나 OTT 등 다양한 플랫폼으로 판매하게 되면서 이해관계자가 다양하게 발생한다. 그래서 저작권 문제가 분쟁으로 이어지지 않도록 사전에 통제하는 것에 주안점을 두고 있다.

또 다른 이슈로는 잊힐 권리가 있다. 잊힐 권리가 아직 입법화돼 있지 않은데 시민들의 권리 의식이 높아지다 보니 ‘아예 흔적조차 없게, 모두 다 삭제해 달라’는 요구가 들어온다. 일례로, 구제 처리를 마무리했는데 뒤늦게 홈페이지의 신문 지면 보기 서비스에서 제공하는 PDF 기사까지 내려달라는 소 제기가 있었다. 1심에서 언론사가 승소했는데, 해당 재판부는 지면 보기 서비스가 유료 서비스이기 때문에 전과 가능성이 낮다는 점을 짚었고 또 PDF 기사의 특수성을 인정했다. 영구적이고 원천적으로 기사를 삭제하는 행위는 언론 자유를 근본적으로 훼손한다고 본 거다.

장희진 유튜브 등을 통해 정치인이나 연예인을 무참히 공격하는 게 큰 문제라고 본다. 물론 공인은 비판의 대상이 될 수 있고 표현의 자유를 인정하는 건 바람직하다. 하지만 제대로 된 사실 확인이나 검증 없이 무차별적으로 공격하는 경우들이 있고, 이로 인해 공인들이 입는 피해는 실로 막대하다. 게다가 승소해도 공인이 받게 되는 피해보상액은 공인이 아닌 경우와 동일하게 미미하다. 법원에서 손해배상액을 현실화해야 정당하지 못한 공격이 줄어들 것 같고, 또 독자·시청자나 공인들 입장에서든 정당한 비판을 수용하는 폭이 넓어질 것 같다.



(좌측부터) 서규진 동아미디어그룹 변호사, 안재형 SBS 변호사, 장희진 가로재 법률사무소 변호사, 정진우 중앙그룹 변호사 ©한국언론진흥재단

정진우 유튜브 등이 활성화되면서 대두된 또 다른 문제는 소위 가짜뉴스라 불리는 허위 조작 정보로 인한 피해다. 다양한 해결 방안이 논의되고 있지만 언론사의 대응 방안을 생각해 보면, 결국 언론사는 전문가 집단이라는 점이 중요하다고 본다. 유튜브는 ‘이런 새로운 일이 있다’면서 빨리빨리 전달하는데 치중한다. 한마디로 흥미를 끌기 위한 단순 사실 전달이다. 언론사는 그런 경쟁에 같이 뛰어들기 보다는 사실을 검증하고 또 비판적인 시각에서 전달하는 역할, 그리고 대중들에게 가치와 방향을 제시할 수 있는 고품격 뉴스를 만드는 노력을 해야 한다고 생각한다.

김민정 최근 생성형 AI로 인한 뉴스 저작권 문제도 이슈다. 관련 대응 전략은?

안재형 방송협회에서 AI 대응 TF를 구성해 활동하고 있고 언론진흥재단에서도 관련 포럼을 구성해 많은 언론사가 공동 대응하고 있는 것으로 안다. 미국에서도 소송이 진행되고 있고 유럽에서도 이슈가 되고 있다. 결국은 입법으로 해결해야 하지 않을까 싶다. 어느 정도 논의가 무르익으면 국회에서 보상 체계를

만들어 처리해야지 당사자들에게 맡겨서 정리될 일은 아닌 것 같다.

법적 분쟁 피하기 위해서는 기사 본질과 목적에 맞는 정보만 활용 필요

김민정 마지막 질문이다. 법적 분쟁 발생 가능성을 최소화하기 위해 언론인들이 취재·보도 과정에서 유의해야 할 사항이나 염두에 두어야 할 사항에 관해 조언해 달라.

서규진 보도할 때 특정하지 않는 것이 분쟁을 피하는 가장 좋은 방법이다. ‘보도 가치가 있는 것을 보도하라’는 말을 많이 하는데, 보도에서 누군가를 특정하는 것이 필요하지 않은 경우가 많다. 가령 범죄 사건을 보도할 때 가해자가 누구고 피해자가 누구냐가 보도 가치가 있는 것이 아니라 어떤 사회적 맥락에서 그런 범죄가 일어났느냐가 보도 가치가 있는 것이기 때문에 누군가를 특정해 기사를 작성하지 않더라도 충분히 메시지를 전달할 수 있고 언

론의 기능을 수행할 수 있다고 본다. 나중에 주위 사정과 결합해 예기치 않게 특정됐다 하더라도 언론사가 특정하지 않기 위해 보호조치를 했다는 것이 위법성 조각 사유인 공익성을 판단하는 데 참작이 되기 때문에 특정하지 않는 것이 면책의 가장 큰 안전장치가 된다.

다음으로, 취재의 근거가 있어야 한다는 걸 강조하고 싶다. 취재 노트나 자료가 반드시 필요하다. 이는 타사의 보도를 인용해서 보도한 경우에도 마찬가지다. ‘OO일보가 어렵히 알아서 취재를 잘했겠지’라는 생각으로 별도 확인 없이 인용 보도하는 것만으로는 면책되지 않는다. 별도 보도 시 크로스체크가 필요하다.

안재형 기자나 제작진이 변호사나 법률가는 아니지만 기본적인 법적 지식, 취재 보도와 관련된 법적 지식을 일정 정도 갖추면 좋겠다. 좀 오래된 사례인데 모 기업 대표가 범죄 혐의에 연루됐다는 보도가 대대적으로 나왔고, 그 취재의 근거는 압수수색 영장이었다. 압수수색 영장에 범죄 혐의가 설시(說示)돼 있으니 이를 근거로 대대적으로 보도를 한 거였다.

그런데 압수수색만 하고 피의자 조사도 없이 사건이 마무리됐다. 압수수색 영장 발부 요건과 구속 영장 발부 요건이 달라서 생긴 일이다. 압수수색 영장은 ‘일단 발부해서 한번 살펴보자, 그다음에 범죄 혐의가 있으면 다음 단계로 간다’는 식이라 상대적으로 쉽게 나온다. 반면 구속영장은 상당한 혐의가 있어야 발부된다. 똑같이 ‘영장’이라 불리지만 발부 요건에 차이가 있는데 이런 차이를 간과해서 발생한 일이 아니었나 싶다. 또, 가사소송법, 아동학대 처벌법, 청소년성보호법 등에는 관련자를 특정해 보도하면 형사처벌 하는 조항들이 있다. 이런 법률들을 모르고 보도하다가 문제가 되는 경우가 있

어 이 정도는 이제 기자들도 알아야 한다는 생각이다.

장희진 반론을 충실히 반영하는 게 매우 중요하다. 가령, 기사에는 10가지가 넘는 사항이 담겨 있는데 뭉뚱그려서 반론해 달라고 하거나, 한두 번 전화하고 문자 남긴 걸로 충분하다고 생각하면 안 된다. 반론을 구체적으로 받아야 하고 또 반복적으로 연락해야 한다. 최근에는 방송 작가들이 시사 프로그램 취재를 하는 경우가 있는데, 아무래도 취재가 부족할 수 있고 반론을 충분히 받지 않아서 문제다. 작가들이 취재하고 반론 받는 것에 대해 방송사에서 고민해야 한다. 기자에 준하는 교육을 해야 한다고 본다.

정진우 표현의 자유를 더욱더 인정받으려면 가십성 흥미 위주로 기사를 안 썼으면 좋겠다는 생각이 다. 내용도 그렇고 화면도 그렇고 꼭 필요한 정보만 활용해야 개인정보보호법 위반이나 인격권 침해 등 위법 가능성이 낮아진다. 굳이 기사에 꼭 필요하지 않은 정보를 넣었다가 불필요한 분쟁에 휘말릴 수 있다. 따라서 표현의 자유를 최대한 보장받기 위해서는 정말 기사의 본질, 기사의 목적에 맞는 정보만을 활용해야 한다고 생각한다. 📌

언론상담소: 기자의 일과 육아

기자만의 고민이 아닌 우리 사회의 문제 언론계가 앞장서 다양한 근로 형태 정착시켜야



“결혼하고 싶은 남성 기자입니다.
연애 중에 출산 및 육아 문제로 갈
등을 빚다 헤어진 적이 몇 번 있는

데요. 아무래도 남성 기자는 휴직이 어렵거나,
육아에 소홀할 것 같다는 외부 이미지가 꽤
큰 것으로 보입니다. 실제로 육아휴직을 시도
하거나 시간을 충분히 사용하는 것을 주변
에서 본 적이 없는데, 이런 문제를 연애 혹은
혼인 상대자, 또 회사를 상대로 어떻게 이야
기하는 게 좋을지 궁금합니다.”

황덕현 뉴스1 기자



권정두 시사위크 기자

안녕하세요. 저는 어느덧 10년 넘게 기자 생활을
하며 세 아이를 키우고 있는 다자녀 아빠입니다. 첫
째는 2018년생, 둘째는 2020년생, 셋째는 2022년생
으로 하루하루 정말 정신없이 보내고 있습니다.

정말 썩쓸하고 또 어려운 고민을 마주하고 계신
것 같습니다. 지난해 연간 출생아 수 23만 5,000여
명, 합계출산율 0.72명이란 최악의 저출생 시대
의 현실을 고스란히 보여주는 고민 같습니다.

남성 기자가 육아휴직이 어렵거나 육아에 소홀할
것 같다는 인식이 형성돼 있다는 건 부정하기 어려워
보입니다. 꼭 육아휴직이 아니라도 기자는 업무 강도

나 근무 환경 등의 측면에서 대체로 긍정적인 평가보다 부정적인 평가에 무게가 실리기 때문입니다.

한국언론진흥재단의 ‘2023 한국의 언론인’ 조사 결과를 보면, 전체 응답자의 일주일 평균 근무일은 5.2일, 하루 평균 근무 시간은 약 8시간 49분으로 나타났습니다. 또한 애초에 기자는 근무시간이란 개념 자체가 모호합니다. 여러 상황에 따라 근무 시간이 변경되거나 늘어나고, 근무시간 외에 취재원과 통화를 하거나 만나는 일이 적지 않기 때문입니다.

인력 대체도 간단치 않습니다. 특정 분야를 담당하는 기자가 지닌 전문성과 인적 네트워크 등은 짧은 시간에 온전히 대체하기 어렵습니다. 또한 같은 사안 이더라도 기자 개개인의 역량과 시각에 따라 전혀 다른 결과물이 나옵니다. 규모가 큰 메이저 언론사들은 인력 대체의 어려움이 덜할 수 있지만, 중소기업 언론사에는 현실적인 문제가 아닐 수 없습니다.

기자의 육아 여건은 나쁘기만 할까?

다만, 기자라고 무조건 육아 여건이 나쁘기만 한 것은 아니라고 생각합니다. 기자의 근무 여건을 또 다른 측면에서 보면 업무 자율성이 높고 시간과 공간의 제한이 덜한 편입니다. 생산직이나 서비스직처럼 정해진 시간과 공간을 벗어나기 어려운 일이 아니기 때문입니다.

기자라고 모두 다 똑같지도 않습니다. 소속 매체의 성격과 규모, 담당 분야 등에 따라 근무 방식과 환경에 큰 차이가 있는 것이 기자라는 직업군의 특징이기도 합니다. 같은 기자여도 신문기와 방송기자가 다르고, 일간지 사회부 기자와 월간전문지 기자도 차이가 큼니다. 경우에 따라 육아휴직을 하거

“

특정 분야를 담당하는 기자가 지닌 전문성과 인적 네트워크 등은 짧은 시간에 온전히 대체하기 어렵습니다. 또한 같은 사안 이더라도 기자 개개인의 역량과 시각에 따라 전혀 다른 결과물이 나옵니다. 규모가 큰 메이저 언론사들은 인력 대체의 어려움이 덜할 수 있지만, 중소기업 언론사에는 현실적인 문제가 아닐 수 없습니다.

”

나 일과 육아를 병행하는 데 보통의 다른 직업군에 비해 큰 어려움이 없는 기자도 있습니다. 실제로 제 주변엔 월간지에서 일하면서 비교적 덜 바쁜 시기와 업무가 몰리는 시기에 따라 아내와의 육아 분담을 조절하는 사람도 있고, 육아휴직으로 잠시 현업을 떠난 사람도 있습니다.

제 사례도 이야기하겠습니다. 특별한 일정이나 상황이 있을 때를 제외하고, 회사의 이해와 배려 속에 실질적인 출·퇴근 이동시간을 조정하고 있습니다. 덕분에 세 아이를 키우면서도 큰 어려움 없이 수월하게 지내며 육아를 함께하고 있습니다. 대신 아이들이 잠든 뒤 혹은 일찍 깬 새벽 시간을 활용해 업무를 보거나 준비하곤 합니다. 육아를 함께하면서 체감하는 요소들을 살려 다자녀 아빠의 시각에서 초저출생 문제를 다루는 연재와 아이들과 관련된 기획을 이어오고 있습니다. 이따금 아이들을 데리고 사무실을 찾아 선후배 동료들과 인사를 나누며 유대감을 형성하고 있기도 합니다.

물론 이러한 것들을 ‘해법’이라고 제시할 수는 없을 것 같습니다. 여러 상황이 전제돼야 가능한, 극히 일부의 특수한 사례이고 일반화할 수 없기 때문입니다. 이는 비단 기자만 겪는 문제도 아닙니다. 이와 유사하거나 또 다른 특성을 가진 여러 직업군이 육아휴직 제도 이면에 있는 현실적인 걸림돌을 마주하고 있습니다. 개인사업 성격의 일은 더욱 그렇습니다.

일·육아 병행, 언론계가 선도해야

육아휴직의 ‘사각지대’에 놓여있는 이들의 현실적인 고민을 근본적으로 해소하기 위해선 결국 정책과 제도가 개선돼야 합니다. 지금도 초저출생 문제를 해결하기 위해 많은 제도가 마련되고 또 확대·강화되고 있지만, 보다 복합적인 측면에서 촘촘한 대책 강구가 필요하다고 생각합니다. 출산 및 육아기에 보다 다양한 근로 형태와 지원제도를 활용할 수 있다면, 저마다의 상황에 맞는 선택으로 어려움을 덜 수 있을 겁니다. 예를 들면, 완전한 육아휴직 대신 일정 시간의 근로시간 단축이나 주 3·4일제 등을 장기간 이용할 수 있도록 하는 겁니다.

완전히 새롭고 낯선 길도 아닙니다. 우리는 코로나19 사태를 겪으면서 이미 다양하고 효율적인 근로 형태 및 방식이 가능하다는 것을 확인했습니다. 또한 이는 꼭 육아휴직 때문만이 아니라, 기술과 산업의 발전 및 변화와 맞물린 중요한 미래 과제이기도 합니다.

특히 이러한 혁신에서 언론계가 보다 적극적이고 주도적인 모습을 보여야 할 겁니다. 우리 사회가 지닌 문제를 해결하는 데 이바지하는 건 언론의 소명이

“

언론계가 보다 적극적이고 주도적인 모습을 보여야 할 겁니다. 우리 사회가 지닌 문제를 해결하는 데 이바지하는 건 언론의 소명이자 역할입니다. 초저출생 문제는 우리 사회가 직면한 문제 중에서도 가장 심각하고 시급한 사안이 아닐 수 없습니다. 주요 원인 중 하나로 꼽히는 일·육아 병행에서 언론계가 다양한 대안을 제시하고, 또 앞장서서 그런 문화를 정착시켜 나간다면 우리 사회는 문제 해결에 보다 가까워질 수 있을 것입니다.

”

자 역할입니다. 초저출생 문제는 우리 사회가 직면한 문제 중에서도 가장 심각하고 시급한 사안이 아닐 수 없습니다. 주요 원인 중 하나로 꼽히는 일·육아 병행에서 언론계가 다양한 대안을 제시하고, 또 앞장서서 그런 문화를 정착시켜 나간다면 우리 사회는 문제 해결에 보다 가까워질 수 있을 것입니다.

끝으로, 명쾌한 답을 주지 못한 것 같아 아쉬움이 남습니다만 부모 선배이자 같은 직업군 동료로서 응원의 마음을 전합니다. 초저출생 문제가 심각한 만큼, 육아 여건이 여러 측면에서 빠르고 크게 개선되고 있는 것도 분명합니다. 그럼에도 많은 어려움이 따르는 게 사실이지만, 자녀가 태어남으로써 얻는 기쁨과 행복은 어떤 것과도 비교할 수 없습니다. 무겁지만 기꺼이 짊어질 수 있는 책임감과 그에 따른 큰 힘을 주기도 합니다. 부디 포기하는 일만큼은 없길 바랍니다. 📰

취재기 제작기



- 65 조선일보 <12대88의 사회를 넘자> 취재기
보수 신문과 노동 단체가 뭉쳤다?
'상생'의 가치로 가능했던 시도
정한국 조선일보 기자
- 70 JTBC <궁지 몰린 수천명 살린
'사채 피해자들의 성자'...16년 만에 은퇴> 취재기
누군가를 살리고 사회를 바꾼다
언론 보도가 만드는 기적
최광일 JTBC PD
- 74 경인일보 <시그널: 속빈 전세들의 경고> 취재기
빅데이터로 만든 전세가율 지도
독자와 관계 기관 움직이다
김준석 경인일보 기자

조선일보 <12대88의 사회를 넘자> 취재기 보수 신문과 노동 단체가 뭉쳤다? ‘상생’의 가치로 가능했던 시도



정한국 조선일보 기자

조선일보는 전태일재단과 함께 노동시장 이중구조의 문제점에 대해 알리기 위해 현장 근로자의 삶을 조명하는 기획 기사를 세상에 내놨다. 대표 보수 신문과 대표 노동 단체가 만나 노동시장의 문제점을 어떻게 다뤘는지, 그 과정을 들어본다. 편집자 주

“재미있기는 어렵겠다.”

지난 2월 초, 104주년 창간 기획으로 ‘노동시장 이중구조’ 문제를 다루기 위한 팀이 만들어졌을 때 회사 동료 10명 중 8명은 이런 반응을 보였습니다. 수십 년간 많은 매체가 자주 다뤘던 주제로, 긴 세월 동안 해결의 실마리도 잘 보이지 않는 문제라는 이유였습니다. 진영에 따라 주장이 정반대로 갈려 있어 민감한 내용이기도 합니다. 일반 독자는 물론이고 기자 중에도 노동시장 이중구조의 뜻을 아는 사람이 많지 않을뿐더러 양극화, 비정규직 문제로만 보이기 쉽다는 반응도 많았습니다. 진영 갈등이 심각한 상황에서 “조선일보가 또 노조를 비판한다”는 소리만 들을 것”이란 걱정도 있었습니다.

세계 이 문제를 독자가 쉽게 이해할 수 있도록 전달하는 것은 커다란 숙제였습니다. 중요하고 예민한 내용일수록, 설명이 길어지다 보면 지루해지니까요.

그래도 운이 많이 따랐습니다. 우선 대표적인 노동 단체 중 하나인 전태일재단과 공동 기획이 성사

됐습니다. 전태일재단과 조선일보가 노동 문제를 함께 다루기로 했다는 것만으로도 시선을 끄는 데 성공했습니다. 대신 이 만남의 빛이 바래지 않도록 여러 장치를 만들어야 했습니다. 이 지면을 빌어 기술적인 제작 과정을 소개하겠습니다.

전태일재단과의 약속

조선일보는 현재 저출산 문제를 지적하는 연중 기획을 하고 있습니다. 내부적으로 노동시장 이중구조가 저출산의 주요 원인이라는 문제의식이 있었습니다. 더불어 청년 문제나 지역소멸과도 직접적인 관련이 있다고 판단했습니다. 그래서 획기적인 시도로 이 문제를 알리고 싶었습니다.

이런 조선일보의 요청을 받은 전태일재단이 협업에 동의하면서 기획이 시작됐습니다. 관건은 끝까지 신뢰 관계를 유지하며 재단과 순탄하게 공조하는 것이었습니다. 전태일재단의 사무총장이 조선일

“

이런 처음 <12대88의 사회를 넘자>라는 제목을 제안했을 때 팀원의 반응이었습니다. 이 기획 제목도 시선을 끌 주요 장치였습니다. 팀원의 말에 자신감이 조금 떨어졌지만 반대로 성공한다면 대리운전 전화번호처럼 오래 기억될 수 있겠다는 생각이 들었습니다.

”

보와의 대화 창구였습니다. 2월 초부터 기획에 어떤 ‘가치’를 담을 것인지부터 논의했습니다. 재단은 ‘상생’으로 대표되는 전태일 정신에 대해 말했습니다. 하지만 재단은 이제는 전태일 정신이 낮은 곳을 향한 실천, 나눔과 연대로 확산하길 바랐습니다.

전태일 열사는 근로기준법을 준수하라고 외치며 분신(焚身)한 노동운동의 상징 같은 인물입니다. 그는 사실 조금만 노력하면 자기 가게를 꾸리는 사장이 될 수 있는 재단사였지만, 13~14세 나이에 배굶으며 일하는 시다(견습공)들과 장시간 노동 끝에 피를 토하는 미싱사를 살폈습니다. 자기 버스 요금으로 쓰려던 30원을 몽땅 털어 배고픈 시다들에게 풀빵을 사서 나눠줬습니다. 평화시장에서 쌍문동 판잣집까지 걸어서 퇴근하다 야간 통행금지에 걸려 파출소에 쫓겨 앉아 잠을 청했던 인물이었습니다. 전태일 정신과 ‘따스한 보수’가 만나 노동 문제를 살펴해보자는 게 기획 의도입니다.

이를 바탕으로 사전에 민주노총, 한국노총 등의 노총을 비판하는 대신, 현장 근로자의 삶을 보여주는 데 더 집중하기로 서로 다짐했습니다. 어려운 근로자의 삶을 단순히 열악하다고 표현하는 대신 그

들의 꿈과 희망, 보람에 대해서 더 세심하게 살피기로 약속했습니다. 재단 측이 꼭 들어갔으면 하는 사례를 말하면 조선일보가 적극 수용했습니다.

기사 구성은 먼저 조선일보가 노동시장의 주요 문제를 10가지 갈래로 제안하고, 재단 측 의견을 역제안하는 방식으로 이뤄졌습니다. 10회 중 쇠락하는 기초노동, 불법에 놓인 마루 노동자, 부산 대리기사들의 상호부조 등은 재단 측 제안을 반영해 메인 기사로 다뤘습니다.

세부적으로는 4회를 5회로, 5회를 3회로 바꾸는 일도 일일이 미리 상의하고 동의를 받았습니다. 또 보도 전 재단 측에 오후 8~9시, 10~11시 전후 2~3차례에 걸쳐 인쇄 직전의 모든 지면을 디지털 파일로 공유했습니다. 일부 부담스러운 표현이나, 더 들어갔으면 하는 사례 등을 조정했지만 10회에 걸쳐 큰 이견은 없었습니다. 대체로 사전에 협의가 끝난 상태로 기사 제작을 했기 때문입니다.

조선일보 측의 의견으로 ‘전태일재단의 제안’이라는 코너를 도입했습니다. 1~10회 모두 박스 기사가 실렸습니다. 본지가 생각하지 못했던 측면을 반영하면서 동시에 공동 기획이라는 취지를 살려 재단의 목소리를 알리고자 했습니다. 특히 본지가 선뜻 동의하기 어려운 내용이 있더라도 재단의 입장을 최대한 반영했습니다. 다양한 의견을 통해서 노동시장 문제 해결을 위한 논의가 더욱 풍성해지길 바랐기 때문입니다.

왜 ‘12대88’인가?

“대리운전 번호 같아요.”

처음 <12대88의 사회를 넘자>라는 제목을 제안했을 때 한 팀원의 반응이었습니다. 이 기획 제목도 시선을 끌 주요 장치였습니다. 팀원의 말에 자신감이 조금 떨어졌지만 반대로 성공한다면 대리운전 전화번호처럼 오래 기억될 수 있겠다는 생각이 들었습니다.

과거 다른 매체의 수많은 좋은 기획을 떠올리면 내용도 훌륭하지만, 제목이 기억에 남아야 한다는 건 분명했습니다. 본지 회의에선 ‘일자리 카스트를 넘자’, ‘일자리가 쪼개졌다’, ‘일터에(노동 현장에/일자리에) 사다리를 놓자’, ‘2024 두 쪽 난 노동’ 등 실제 많은 후보가 있었습니다. 결국 ‘12대 88의 사회를 넘자’가 채택됐습니다.

실제 기획 제작 초기에 회사 내부에선 12대88이 뭔지 모르겠다는 의견이 많았습니다. 12대88은 노동시장이 국내 전체 임금 근로자의 12%인 대기업 정규직(260만 명)과 나머지 88%인 중소기업, 비정

규직 근로자(1,936만 명)로 나뉜 상황을 말합니다. 물론 이 숫자만으로 노동시장의 현재 문제를 모두 설명할 수 없다는 것도 잘 알지만, 노동시장 문제의 심각성을 일반 독자들도 관심 가지고 들여다볼 수 있게 이런 제목을 달았습니다. 재단 측도 흔쾌히 동의했습니다.

또 양극화와 관련해서는 주로 ‘20대 80의 사회’를 떠올리곤 하는데, 이보다 더 심해진 격차를 한눈에 보여줄 수 있다고 생각했습니다. 실제 기획이 진행되고 입소문이 나면서 ‘1288 기획’이라는 호칭이 생겨나 어느 정도 성과를 거뒀다고 생각합니다.

개인의 서사와 실제 모습을 담았다

본격적인 취재에 들어간 것은 2월 중순이었습니다. 3월 5일 창간일까지 남은 시간은 약 3주라 조금



묵묵히 일하며 지금의 한국 사회가 있게 한 기반 중의 하나인 기초 노동의 현장을 보여주기 위해 약 50년간 일한 구두공의 손을 1면에 실었다.
 ©조선일보

했습니다. 취재팀이 가장 먼저 시작한 것은 전문가 들을 만나고 관련 논문과 보고서들을 읽는 일이었 습니다. 논문 10여 편, 책 10여 권을 함께 읽었습니다. 이 분야 10여 명의 전문가들과 약속을 잡고 일일이 찾아가 질문을 던졌습니다. 이들의 의견을 폴텍 스트로 정리해 공유하며 학습했습니다. 동시에 사람 취재를 시작했습니다.

이 과정에서 본지가 마련한 또 하나의 중요한 장 치는 서사였습니다. 사람들의 인생을 최대한 깊이 있게 담아내, 노동시장 문제가 개인의 나태나 역량 부족보다는 구조에서 비롯된다는 걸 보여주고 싶었 습니다. 우리의 평범한 이웃들이 최대한 노력해도 저임금과 열악한 복지에 놓여 있을 수밖에 없는 부 조리를 다루고자 했습니다.

자기 인생을 털어놓아 줄 사람을 찾아야 했습니 다. 기자 6명이 사례를 모으기 시작했습니다. 전태 일재단이 소개해 준 핵심 취재원 20여 명이 있었지 만, 주제에 딱 들어맞는 사람으로는 4~5회의 메인 기사 분량밖에 되지 않았습니다.

사례는 연락을 돌린 만큼, 발로 뛰는 만큼 생깁니 다. 특히 본지에 우호적이지 않은 노조 전·현직 간 부들에게도 연락을 넣었고 모든 인맥을 동원해 다 양한 사례 찾기에 나섰습니다.

녹록지 않았습니다. 한 팀원은 3~4시간 인터뷰를 마친 다음 날 “인터뷰를 아예 없던 일로 해달라”는 말을 듣기도 했습니다. 본지와 인터뷰한 게 노조 징 계사유라는 이유를 댔습니다. 거제·울산 조선소에 내려갔는데 취재원이 잠수를 타는 일도 생겼습니 다. 원청인 기업 눈치가 보인다는 것이었습니다. 나 중에 노동계에서 “설마 여기에 연락했겠느냐 싶은 곳까지 기자들이 연락한다”, “광범위하게 연락 돌린 것으로 확인했다” 등의 말들이 돌았다는 걸 알았습 니다. 기획 막바지까지 본지가 만나거나 직접 통화 하는 방식으로 접촉한 사람만 200명 안팎입니다.

저희가 세운 원칙 중 하나는 메인 기사에 등장하 는 서사의 주인공을 사진으로도 등장시키는 것이었 습니다. 익명 인터뷰 뒤에 숨지 않으려는 최선이면 서 동시에 기사에 담긴 서사의 힘을 더욱 키우고 싶 었습니다. 그러다 보니 메인 기사의 주인공을 찾는 일이 한층 더 어려웠습니다. 스토리가 주제와 닿아 있지만 사진을 완강히 거부하는 사례가 많아 새 취 재원을 찾아 나서는 일도 여러 번 있었습니다.

쉽지 않았지만, 이런 과정을 거쳤기에 모든 기사 에는 등장하는 사람들의 사진이 나옵니다. 얼굴이 아니더라도 뒷모습이나 일하는 모습, 그들의 손 등 으로 기사와 더불어 독자들의 마음을 건드렸습니



<12대88의 사회를 넘어서> 시리즈 첫 회가 실린 2024년 3월 5일 자 조선일보 1면 ©조선일보

JTBC <궁지 몰린 수천명 살린 '사채 피해자들의 성자'...16년 만에 은퇴> 취재기 누군가를 살리고 사회를 바꾼다 언론 보도가 만드는 기적



최광일 JTBC PD

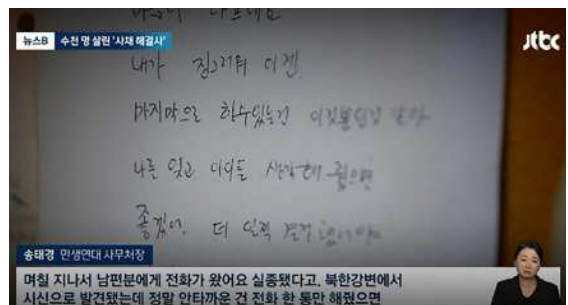
사회가 각박해져 간다지만 보이지 않는 곳에서 타인을 위해 헌신하는 사람은 있기 마련이다. 송태경 경제 민주화를 위한 민생연대 사무처장이 바로 그 주인공. '세상에 이런 사람이 있었다'고 기록하기 위한 보도를 통해 8억이 넘는 시민들의 후원금이 모였고, 해산을 앞둔 민생연대는 운영을 계속할 수 있게 됐다. 편집자 주

저는 탐사보도를 오래 해왔습니다. 2014년 10월부터 탐사 프로그램을 제작했고 2021년 보도국으로 옮겨 탐사보도 뉴스를 만들어 왔습니다. 자의 반 타의 반으로 제 커리어는 탐사 PD로 10년간 이어졌습니다. '나쁜 놈'도 많이 만났습니다. N번방의 조주빈, 필리핀 마약왕 박왕열, 국가 부도의 신호탄이 된 정한근 한보철강 부회장 등. 사회 정의를 구현한다는 이유로 카메라 앞의 사람들에게 상처를 준 적도 많습니다. 고소·고발도 많았습니다.

2016년 불법 사채를 다루는 방송에서도 많은 사람을 만났습니다. 수입차를 사고 싶어 군대를 전역하고 불법 사채 사업을 시작했다는 사채꾼. 딸아이 교복 값 때문에 소액 대출을 시작하다 빚이 3억이 넘는 피해자. 돈을 빌려 불법 사채놀이를 하다 돈을 갚지 못해 자살한 사채꾼. '돈' 앞에서 모두가 악마였고, 피해자였습니다. 저 또한 사채 지옥을 취재하며 '독'이 쌓여왔습니다. 그렇게 사람에 지쳐가던 중, 송태경 경제 민주화를 위한 민생연대(이하 민생연대) 사무처장을 만났습니다.

민생연대의 '마지막'을 기록하기 위해

영등포 허름한 사무실에서 만난 송태경 사무처장. 3평 남짓한 공간은 서류 멍치로 가득 차 있었고 싹틈 없이 전화기가 울리고 있었습니다. 불법 사채 피해자들이 마지막으로 찾는 민생연대의 풍경이었습니다. 그가 한 명의 사채 피해자와 상담하기 위해서는 하루에서 이틀 정도 걸렸습니다. 에어컨도 없는 사무실에서 점심도 과자로 때우며 피해자들을 구제



민생연대는 불법 사채 피해자들을 전액 무료로 지원하는 시민단체다. ©JTBC

하는 송태경 사무처장은 모습은 낯설기까지 했습니다. 자신은 하나도 챙기지 않는 그의 시민사회 활동은 활동가보다 종교인에 가깝다고 느꼈습니다.

송 사무처장을 통해 사채 피해자들을 만날 수 있었고 불법 사채가 서민의 삶을 파괴하는 구조적 문제에 접근할 수 있었습니다. 방송을 제작한 후에도 송 사무처장을 계속 보고 싶었습니다. 사람 ‘독’이 쌓였다는 핑계로 냉소적으로 변해왔던 저에게 송 처장님의 삶은 충격 그 자체였습니다. 얼굴을 마주한 수십 명의 피해자들이 극단적 선택을 하는 것을 지켜보았고, 사채업자가 칼을 들고 사무실에 찾아와 협박하는 일도 있었지만, 그는 아무렇지 않게 계속 그 일을 지켜왔습니다. 아무런 보상 없이 가치 있는 일을 하며 삶을 긍정적으로 바라보는 모습에 ‘나도 저렇게 살아가도 되겠다’는 위로를 받은 겁니다.

이후 일 년에 한두 번은 송 처장을 만나왔습니다. 보도하며 상처받고 위로가 필요할 때 더 자주 연락했던 것 같습니다. 2019년 코로나19 시국을 지나면서 만남이 줄었고 이따금 안부 전화를 드렸습니다. 그러다 지난 1월, 송 처장이 개인 블로그에 남긴 글을 읽었습니다. 16년간 지속했던 민생연대를 해산할 수밖에 없다는 이야기였습니다. 송 처장은 개인적으로 많은 것을 잃어버린 시간이었지만 나름대로 사채 피해자들의 든든한 버팀목 역할을 하고자 노력했다고 소회를 밝혔습니다. 바로 송 처장님께 전화를 드렸습니다.

“하하. 버틸 만큼 버텼는데, 주택담보 대출도 막혀서 더 이상 사무실을 운영할 수가 없게 됐어요.”

코로나19 시국을 맞으며 후원자가 급감했고, 이전 한 달에 50만 원 받던 활동비도 끊겼습니다. 그는



송태경 사무처장의 이야기가 보도된 후 수많은 시민들이 후원자금을 보내왔다. ©JTBC

사무실 운영비도 내지 못해 개인 빚으로 연명하는 열악한 상황을 3년간 버텨왔던 겁니다. 그에게 많은 위로를 받았기에 그렇게 보내고 싶지 않았습니다. 그런 사람이 있었다는 기록이라도 남기고 싶었습니다. 송 처장의 마지막 상담에 동석하겠다고 부탁했고, 그는 마지못해 승낙했습니다.

16년 간 민생연대 이끌어온 ‘사채 피해자들의 성인’

지난 2월, 민생연대의 마지막 상담을 촬영했습니다. 사채 피해자는 코로나19 종식에 맞춰 음식점을 열었는데, 오미크론 변이가 시작되며 불법 대출에 손을 댔습니다. 1,000만 원으로 시작했던 빚은 3년이 지나면서 5억이 넘어가게 됐습니다. 빚을 다른 빚으로 갚는 이른바 ‘돌려막기’가 시작되며 피해자의 삶뿐만 아니라 가족의 삶도 망가졌습니다. 결혼을 앞둔 친형은 결혼식을 미뤘고 교사였던 어머니는 학교로 걸려 오는 사채업자의 전화에 직장을 그만뒀습니다. 송 사무처장과 사채 피해자는 약 8시간 동안 그동안 빌렸던 돈과 갚았던 돈을 이자율 계

산 시트에 넣으며 기록을 검토했습니다. 그가 실제로 빌렸던 돈은 약 2억. 그러나 20명에 달하는 사채업자들이 피해자 가족을 협박해 가며 받은 돈은 5억이 넘었습니다. 자정이 넘어서 이자율 계산을 마쳤고 피해자의 얼굴을 알아졌습니다.

피해자는 경찰서에 제출한 고소장과 불법 사채 관련 서류를 정리하고 환한 얼굴로 돌아왔습니다. 그렇게 민생연대의 마지막 상담은 마무리되는 듯했습니다. 송태경 처장과 마지막 인터뷰를 하며 16년간의 민생연대 활동을 마무리하는 그의 소감을 물어봤습니다.

“내 삶을 되찾고 싶은데 그게 조금 서운하고, 우리 사회가 조금 더 따뜻해졌으면 좋겠어요.”

존경하는 사람을 마지막으로 기록할 수 있다는 언론인의 특권. 그만큼 더 잘하고 싶었습니다. 8년 전 경향신문에 송태경 사무처장을 언급한 최장집

고려대 명예교수를 만났고, 그가 기억하는 송태경을 물었습니다. 최장집 교수는 송 사무처장을 진정한 의미의 진보적인 삶을 사는 충격적인 사람으로 정의했습니다. 그가 살렸던 피해자들을 만났습니다. 그가 도와주지 않았다면 삶을 포기했을 거라며 눈물을 보였습니다. 데스크는 송 사무처장을 ‘사채 피해자들의 성인’이라 명명하며 보도에 힘을 보태주었습니다. 그렇게 8분 길이의 뉴스가 송출됐습니다.

보도 후, 기적이 일어난다

기사를 작성하고 편집하며 밤샘 작업을 한 뒤 잠이 들었습니다. 그냥 그렇게 흘러가는 뉴스라 생각했고 다음 날 송 사무처장에게 안부를 물으러 전화를 걸었습니다. 계속 통화중이었습니다. 한 시간 뒤쯤 송 처장에게 전화가 왔고 목소리는 상기돼 있었습니다. 그동안 버텨주셔서 고맙다는 시민들의 전화



수천 명의 불법 사채 피해자들에게 도움을 준 송태경 민생연대 사무처장 ©JTBC

“

존경하는 사람을 마지막으로 기록할 수 있다는 언론인의 특권. 그만큼 더 잘하고 싶었습니다. 8년 전 경향신문에 송태경 사무처장을 언급한 최장집 고려대 명예교수를 만났고, 그가 기억하는 송태경을 물었습니다. 최장집 교수는 송 사무처장을 진정한 의미의 진보적인 삶을 사는 충격적인 사람으로 정의했습니다. 그가 살렸던 피해자들을 만났습니다. 그가 도와주지 않았다면 삶을 포기했을 거라며 눈물을 보였습니다.

”

가 이어졌고 갑자기 후원금이 파도처럼 몰려왔다는 겁니다.

급하게 회사에 연락해 후속 보도를 준비하겠다고 이야기했고, 영등포의 사무실로 향했습니다. 송 사무처장은 보도 이틀 만에 약 500명의 후원자가 3,000여 만 원을 후원했다며, 지금처럼 80만 원으로 민생연대를 운영하면 3년은 더 사채 피해자를 살릴 수 있다며 세상에서 가장 따듯한 미소를 보여주었습니다. 한 번 더 울컥했습니다. 여전히 그는 자기 삶을 챙기지 않고 한 달 50만 원의 활동비로 사회적 사랑을 실천하겠다고 다짐했습니다.

“시민들의 고마운 마음 잊지 않고, 지금까지처럼 우리 이웃들 도우며 살아갈게요.”

민생연대는 후속 보도 후 더 큰 시민들의 응답을 받았습니다. 약 8억 원의 후원금이 이어졌고 송 사

무처장은 드디어 최저임금(?)을 받으면서 정상적으로 단체를 운영할 수 있게 됐습니다. 사채 피해자들의 삶을 구제하는 활동과 동시에, 불법 사채 근절을 위한 법률적 제도 개선 활동도 시작할 수 있게 됐습니다. 송 사무처장의 기적 같은 삶이, 시민들의 기적 같은 보답으로 돌아온 겁니다.

저 또한 저의 삶을 돌아보게 되었습니다. 연차가 쌓이며 일상적으로 처리해 왔던 보도가, 누군가를 살릴 수 있고, 우리 사회를 더 좋게 만들 수 있다는 사실을 잊고 있었었습니다. 내가 왜 언론인이 되고 싶었는지, 다시 초심을 찾게 된 겁니다. 작은 기적은 제게도 있었습니

다. “민생연대가 살아날 수 있게 후원해 주신 모든 분께 정말 감사드립니다.”

지금도 송 사무처장의 블로그를 이따금 방문합니다. 제 보도를 보고 민생연대를 찾아왔다는 사채 피해자들. 그런 그들을 구제해 준 송태경 민생연대 사무처장. 그런 글들을 보며 아직 사회가 따뜻하다는 위로를 받았다는 수많은 시민. 기적은 현재 진행형입니다. 📰

경인일보 <시그널: 속빈 전세들의 경고> 취재기 빅데이터로 만든 전세가율 지도 독자와 관계 기관 움직임이다



김준석 경인일보 기자

경인일보는 잦은 보도로 대중이 무감각해진 전세 사기 피해 사건을 새롭게 조명해 사회적 반향을 일으켰다. 2021~2022년 경기도 전세가율 데이터에 시군별 상세 지도를 접목한 <시그널: 속빈 전세들의 경고>의 기획부터 보도 이후 독자와 관련 기관의 반응까지, 취재 뒷이야기를 들어본다. 편집자 주

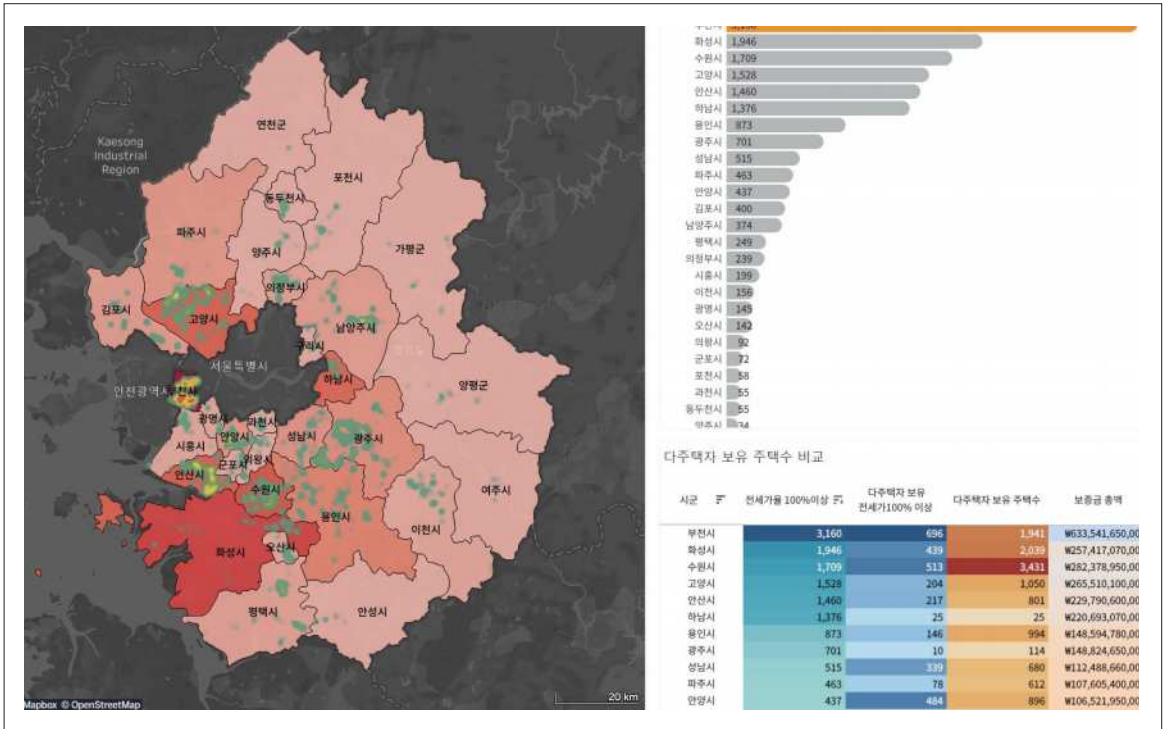
이 사건이 안긴 고통 때문에 스스로 세상을 등진 피해자가 한두 명이 아닙니다. 신혼집 마련에 쓰려고, 첫 직장에서 내 집 마련을 꿈꾸며 모은 돈을 한순간에 잃어버린 피해자 등 헤아리기 어려운 정도입니다. 연례행사처럼 계속되는 피해금 수백억 원의 사건들은 여전히 주변에서 아무렇지 않다는 듯 발생합니다. 하지만 이 사건을 꾸미는 범인보다 한 발이라도 앞서 피해를 줄이거나 예방하려는 움직임엔 아무도 나서지 않고 있었습니다. ‘전세 사기’ 사건 말입니다.

허망한 마음마저 든 건 2023년 10월이었습니다. ‘수원 일가족 전세 사기’ 사건 때입니다. 정모 씨 일가가 온갖 수법을 동원해 조직적으로 저지른 사건이었는데, 당시 피해자들이 추정된 피해 규모만 800억 원이 넘었습니다. 덕분에 모든 언론의 헤드라인은 ‘수원 일가족 전세 사기’였지만, 서글프게도 언론이 하나같이 주요 기사로 다뤘던 대규모 전세 사기 사건은 이전에도 많았습니다. 불과 수개월 전

화성 동탄1신도시에서 직접 만난 ‘동탄 전세 사기’ 피해자들의 억울한 사연, ‘인천 미추홀구 전세 사기’로 극단적 선택에 이른 피해자들 소식에 대한 충격도 아직 가시지 않았습니다.

부장님께 허락을 구하고 후배들에게 제안해 무턱대고 특별취재팀부터 꾸렸습니다. 계획도, 기획 방향도 없었습니다. ‘전세 사기 또는 전세 피해 예방의 필요성을 알리자’는 목표뿐이었습니다. 이에 공감한 팀원(김준석·김산·한규준·김지원 경인일보 기자)들이 머리를 맞대 지난해 11월 한 달간 발로 뛰고, 수만 건의 자료를 직접 분석한 결과가 <시그널: 속빈 전세들의 경고(2023년 12월 4~11일 자 보도·총 5편 연재)> 기획보도입니다.

본 보도는 기대 이상의 좋은 평가를 받아 한국신문협회의 2024년 한국신문상(지역 기획·탐사 부문)을 안겨줬고, 관할 광역자치단체인 경기도가 연중 연속 토론회를 열어 실현 가능한 ‘전세 피해 예방’



경인일보 특별취재팀이 빅데이터 시각화 전용 온라인 플랫폼(태블로 퍼블릭)을 통해 공개한 고위험군 전세 정보 화면 ©경인일보

대책을 마련하도록 하는 등 사회적 반향도 일으켰습니다.

경인일보 특별취재팀은 이번 기획보도를 계기로 새로운 시도만이 새로운 변화를 끌어낼 수 있다는 걸 경험했습니다. 기획 초기에 취재팀이 참고할 만한 다른 언론사의 유사 보도는 없었고, 기획 취지에 맞게 활용할 수 있는 관련 기관 데이터도 찾기 어려웠습니다. 모든 취재 과정이 전례 없는 시도였기에 술한 장애물에 맞닥뜨리고 갑작스레 큰 비용을 필요로 하는 상황까지 발생했지만 포기하지 않고 끝까지 취재해 보도한 결과 소기의 성과를 이룰 수 있었습니다.

팀원 아이디어로 시작한 '전세가율 상세 지도'

취재팀은 '전세 사기 또는 전세 피해 예방의 필요성'을 알릴 보도 방법으로 뭐가 적절할지 오랜 시간 깊이 고민했습니다. 아직 나오지 않은 새로운 시도 이면서 독자나 관계 기관에 강한 임팩트를 줄 수 있어야 했습니다. 그래야 단 번의 기획보도에 그치지 않고 관계 기관의 움직임과 독자들의 관심을 이끌어낼 여지가 생기고 그것이 변화로 이어질 수 있다고 판단했기 때문입니다. 보란 듯이 계속되는 대규모 전세 사기에 미약하나마 제동을 걸기 위해 이번

보도만큼은 잠깐 나타났다 사라지는 게 아니라, 피해 예방에 어떻게든 이바지해야 했습니다.

물론 미래에 일어날 전세 사기를 막거나 미리 인지하기란 불가능에 가깝습니다. 그런 가능성이 잠재된 임대차 계약들은 적어도 1~2년 전 이미 이뤄졌고 되돌릴 수 없기 때문입니다. 다만 전세가율이 상대적으로 높은 깡통전세 주택들을 분석해 전세 피해 가능성이 비교적 큰 주택들을 찾아가 취재해 볼 수는 있겠다고 생각했습니다. 전세 사기 예방은 어렵지만 그 가능성을 한발 앞서 파악해 알림으로써 관계 기관의 자체적 점검이나 선제적 대응을 유도하려는 것이었습니다.

이에 취재팀 회의 중 한 팀원이 낸 “경기 지역 전세가율 지도를 만들면 어떨까요!”란 의견에 집중하고 이를 실행에 옮기기로 했습니다. 그러나 전례 없던 규모와 방식의 데이터를 가공해 콘텐츠를 만들

기란 쉽지 않았습니다. 먼저 경기도 전역의 일정 기간 모든 전세 거래 데이터와 매매가(추정 시세가) 자료가 있어야 전세가율 산출이 가능했는데, 공공 데이터엔 비아파트(다세대주택, 연립주택 등) 매매가 데이터가 사실상 전무하거나 부정확한 경우가 많았습니다. 국토교통부 실거래가 시스템에 모든 전세 거래 내역은 존재했으나 전세가율 계산을 위한 분모가 될 매매가 데이터가 없었습니다. 결국 신뢰할 만한 인공지능(AI) 기술로 시기별 매매 시세를 책정해 공공데이터와 연계하는 기술을 갖춘 민간 부동산 빅데이터 업체에 용역을 맡기는 수밖에 없었습니다.

문제는 비용이었습니다. 국내에서 신뢰도 높은 업체에 견적을 내보니 최소 수백만 원 단위였습니다. 다행히 마침 진행되던 한국신문방송편집인협회의 ‘지역신문 콘텐츠 제작 지원 사업 공모’에 선정됐고



경인일보 기획보도를 계기로 전세 피해 예방을 위한 실현 가능한 대책을 마련하고자, 경기도가 지난 3월 27일 도청에 각계 전문가와 단체 관계자 등을 초청해 첫 번째 토론회를 진행하고 있다. ©경인일보

이를 통해 대부분 비용을 조달할 수 있었습니다. 이 사업이 없었더라면 이번 전세가을 지도 제작이 어려울 뻔했습니다.

현장 찾아 눈과 귀로 확인한 전세 피해 위험성

그렇게 경기도 전세가을 지도 제작에 착수했고, 취재팀은 2023~2024년이 계약 만기인 2021~2022년의 모든 경기지역 전세 거래를 분석해 보자는 데 의견을 모았습니다. 여기에 다주택자라 할 수 있는 50채 이상 주택 소유자들의 주택 정보까지 포개어 고위험군 전세들을 추려내기로 했습니다. 그렇게 부동산 정보 기술 전문 업체에 의뢰한 빅데이터 수집·분석 용역을 통해 16만 건에 달하는 자료를 넘겨받았고, 이를 일일이 분석해 상대적으로 위험성이 높겠다고 판단되는 주택들을 선별해 해당 현장들을 직접 취재했습니다.

그 결과는 예상보다 훨씬 참담했습니다. 용역 결과로 도출된 빅데이터는 아직 드러나지 않았던 경기도 곳곳의 암울한 미래를 들춰냈고, 고위험군 현장 취재 사례 대부분에선 크고 작은 전세 피해 흔적들이 나타났습니다. 관할 시·군청이나 세무서 등의 압류 통지, 채권자의 요청에 따른 법원의 경매개시 결정 사항 등 전세 피해 사례는 현장을 찾았던 주택 대다수에서 수두룩하게 나타났습니다. 일부 전셋집 임대인은 불구속 상태로 전세 사기 사건으로 재판을 받는 와중에 추가 고소로 경찰 수사가 진행되고 있었고, 그럼에도 언론이나 일반에 알려지지 않은 상태였습니다.

취재팀은 이처럼 아직 알려지지 않은 전세 피해

가능성이 있는 현장 사례의 구체적 내용들과 고위험군에 속하는 전세가을 및 다주택자를 선별한 데이터를 토대로 알기 쉽게 제작한 경기도 전세가을 데이터의 시군별 상세 지도를 접목한 기획 기사를 총 4편에 걸쳐 보도했습니다.

현장 사례는 아직 일반에 알려지지 않아 조금이라도 피해를 줄이는 데 도움이 될 수 있는 내용을 골라 지면에 실었으며, 경기도 전세가을 및 다주택자 정보 지도 역시 독자가 한눈에 알아보기 쉬우면서도 위험성이 높은 부분을 최대한 구분해서 표현했습니다. 위험도가 높지 않거나 불필요하게 상세한 지도를 제작해 보도했다가는 재산권 침해 등 논란의 여지가 있는 민원이 제기될 소지가 있었기 때문입니다.

보도 후 '전세 피해 예방' 나선 경기도

이번 경인일보의 기획보도를 계기로 경기도는 토론회를 통해 나올 의견과 방안을 반영해 '전세 피해 예방 대책'을 마련할 계획입니다. 지난 3월 경기도청 주관으로 도청 공무원, 전세 사기 피해자, 공인중개사 단체 관계자, 전문 연구기관 연구위원, 법무사 단체 회장, 대학 교수, 언론사 기자 등이 한데 모여 '전세 사기 예방'이란 하나의 목표를 두고 격의 없는 토론을 벌였습니다. 여기서 나온 의견들을 토대로 추가 토론회를 열고 실현 가능한 대책을 빠른 시일 내에 내놓겠다는 방침입니다.

또 수원 일가족 전세 사기 사건 피해자들로 지난해 결성된 '전세 사기·깡통전세 피해자 수원화성대책위원회'는 경인일보 기획보도로 나타난 타 지역 추가 피해 우려에 미리 대비하고자 수원·화성에 국

한뿔던 위원회를 경기도 단위 대책위원회로 확대·운영하고 있습니다. 대책위원회는 경인일보 취재팀과 공동으로 ‘경기도 깡통전세 및 전세 피해 진단센터’를 운영하고 있기도 합니다. 진단센터에서는 경인일보 취재팀이 빅데이터 의뢰로 확보한 자료를 활용해 자신의 전세 계약 위험성 확인을 원하는 임차인들에게 전세가율 및 다주택자 임대인 정보를 제공합니다.



경인일보 특별취재팀은 <시그널: 속빈 전세들의 경고> 기획보도로 한국신문협회의 2024년 한국신문상(지역 탐사기획 부문)을 수상했다. 지난 4월 4일 한국프레스센터에서 열린 시상식 장면 ©경인일보

언론 영향력·신뢰 되찾으려면 ‘새로운 시도’ 이어가야

취재 초기만 해도 ‘전세 피해 예방을 위한 대책 마련 필요성’에 대한 관련 기관들의 반응은 냉담했습니다. “아직 발생하지 않은 사건을 어떻게 의심하느냐”고 한복소리를 냈습니다. 선량한 임대인들을 의심하는 정책을 폈다가 집단 민원으로 돌아올 수 있다는 것이었습니다. 틀린 말은 아니었습니다. 하지만 취재팀은 다른 부분에 집중했습니다. 자칫 의심받을 수 있는 선량한 임대인들보다는, 선량하지 못한 일부 임대인들 때문에 평생 되돌릴 수 없을 만큼 피해를 입는 임차인들을 먼저 생각해야 한다는 마음을 굳게 지켜냈습니다.

‘전세 사기’라는 해결하기 어려운 문제를 풀어나가는 것도 이 보도의 중요한 목적이었지만, 이를 차치하더라도 언론은 갈수록 스스로 차별화해야 한다고 생각합니다. 단순히 매일 벌어지는 일들을 기록하고, 있는 그대로만 전달하는 기사는 가치가 떨어지는 시대입니다. 무수히 다양해진 매체들은 물론 AI까지 기사를 작성하는 작금에 이와 차별되면서 언론으로서 영향력을 높일 수 있는 기사를 만들

필요성이 더욱 커지고 있습니다. 이번 <시그널: 속빈 전세들의 경고> 기획보도도 이 점을 염두에 두고 첫발을 내디뎠습니다. ‘경기도 전세가율 지도’, ‘다주택자 정보 지도’, ‘수만 건에 달하는 빅데이터 분석’ 등으로 기존 보도와 차별화된 ‘새로운 시도’를 하려고 노력했고, 독자나 관계 공공기관에 ‘강력한 임팩트’를 주는 것을 목표로 했습니다.

물론 기존에 이어가야만 하는 기사 생산과 업무 환경 등으로 인해 이를 시도하기 힘든 게 현실입니다. 그럼에도 조금 더 시간을 내고, 기사에 맛을 더 하려는 노력을 이어가다 보면 지금껏 몰랐던 방법과 관점, 방향 등이 눈에 들어온다는 것을 이번 기획보도를 통해 깨달았습니다. 앞서 설명한 부분들을 경인일보 취재팀이 모두 이뤄냈다는 것은 결코 아닙니다. 경인일보 취재팀은 물론 다른 언론 선후배 동료들과 우리나라 언론이 지금보다 나왔던 언젠가의 영향력과 신뢰를 되찾기 바라는 마음에 주제넘은 의견을 취재기라는 방식을 빌려 남깁니다. 📰

글로벌 미디어 현장



- 80 미국** 뉴욕 증시 상장한 레딧(Reddit)
온라인 커뮤니티의 문제야,
뉴욕 증시에 입성하다
최재원 노스웨스턴대 박사 후 연구원
- 84 프랑스** 파리 올림픽 앞으로 100일
파리 시내를 경기장으로?
프랑스 언론의 불안한 시선
조영중 KBS PD
- 90 호주** 뉴스 사용료 지급 거부한 메타
페이스북뉴스 서비스 중단이
뉴스 산업계에 가져올 파장
이지영 캔버라대 미디어커뮤니케이션학과 교수



뉴욕 증시 상장한 레딧(Reddit) 온라인 커뮤니티의 문제아, 뉴욕 증시에 입성하다

최재원 노스웨스턴대 박사 후 연구원

2024년 3월 21일 목요일, 소셜미디어 플랫폼 레딧(Reddit)이 뉴욕 증권 시장에 성공적으로 상장되며 기업공개(IPO)를 마무리지었다. 2019년 핀터레스트(Pinterest) 이후 첫 소셜미디어 플랫폼의 상장으로 관심을 끌었던 이번 상장은 레딧이라는 플랫폼의 특징 때문에 더 눈여겨볼 만하다. 이번 호에서는 레딧 기업공개 개요와 더불어 레딧이라는 플랫폼의 특징에 대해서 살펴해보겠다.

문제적 온라인 커뮤니티에서 64억 달러 규모 상장사로

지난 2월 레딧이 기업공개를 신청했다. 당시 예상됐던 기업 가치는 최소 약 50억 달러(약 6조 8,000억 원)였다(Isaac, 2024). 레딧은 총 2,200만 주를 주당 31~34달러로(약 4만 6,000원) 공개할 계획이었다(Hamilton, 2024). 기업공개 전날 전해진 소식에 의하면 레딧은 상장가를 이 중 상한가인 34달러, 총 기업 가치 약 65억 달러(8조 9,082억 5,000만 원)로 책정했고, 3월 21일 상장됐다(Isaac & Hirsch, 2024). 상장 당일 레딧의 주가는 기업공개 가격보다 거의 50% 높은 가격인 50.44달러로 장을 마감했다(Velazco, 2024). 3월 26일 65.11달러까지 치솟았던 레딧의 주가는 4월 15일 기준 40달러(약 5만 5,000원) 대를 유지 중이다.

2005년 설립된 레딧은 페이스북 등 초기 소셜미디어 플랫폼들과 비슷한 시기에 출발한 서비스지만, 10년 전만 해도 시가 총액 64억 달러를 넘어서는 상장사가 될 것이라고는 아무도 상상하지 못했다. 레딧은 관심사에 기반한 커뮤니티 중심의 소셜미디어 플랫폼이다. 특정 관

심 주제를 중심으로 썬레딧(subreddit)이라는 게시판을 만들고 그 속에서 해당 주제와 관련된 소통을 하는 방식이다. 우리나라의 디시인사이드와 같이 인터넷 초창기 게시판을 중심으로 생겨났던 커뮤니티 사이트와 유사한 구조다. 이는 친구 네트워크 및 공공을 대상으로 게시물을 공유하고 메시지를 보내는 페이스북이나 X와는 다른 형태다.

10년 전만 하더라도 레딧에 대한 이미지는 좋지 않았다. 온라인상의 온갖 좋지 않은 콘텐츠와 대화가 모여드는 곳이었기 때문이다. 레딧에는 실제로 불법 성인물을 비롯해 극단적 인종 차별주의자들의 커뮤니티나 다양한 혐오 커뮤니티들이 성행했고 이에 이른바 ‘온라인 세스풀(cesspool, 오물통)’과 같은 취급을 받았다(Roose, 2017, 2024). 이는 레딧의 플랫폼 방침이 온라인상에서 극단적인 표현의 자유를 보장하며 어떤 관심사를 바탕으로 모여도 최대한 관여하지 않는 것이었기 때문이다(Greenfield, 2012).

하지만 2015년, 레딧은 과격한 혐오 발언과 인터넷 트롤(troll)들이 레딧 전체 커뮤니티 구성원들에게도 좋지 않다는 판단하에 자체적인 괴롭힘 방지 규제 등 콘텐츠 자정 작업에 착수하기 시작했다. 이에 대한 유저들의 강력한 반발로 인해 당시 CEO였던 엘런 파오(Ellen Pao)가 사임하는 일이 있었지만(Abad-Santos, 2015), 장기적으로 올바른 선택이었다는 것이 이번 기업공개를 통해 증명된 셈이다. 엘런 파오의 사임 이후 회사를 떠났던 공동 창업자 스티브 허프만(Steve Huffman)이 CEO로 복귀해 레딧의 변화를 이끌었다. 광고 기반 비즈니스 모델을 정착시키는가 하면 혐오 발언과 트롤들의 성지였던 레딧에 보다 상식적인 수준의 소통이 이뤄질 수 있는 커뮤니티 규제와 자정 노력을 지속했다.

페이스북이나 X가 글로벌 소셜미디어 플랫폼으로 진화하면서 가짜뉴스나 편향적 알고리즘 등의 이슈로 많은 변화를 겪는 동안 레딧은 조용히 플랫폼 정확에 매진했고, 어느 정도 성공했다. 가짜뉴스나 알고리즘적 편향이 문제시되면서 페이스북, 인스타그램 등 메타의 서비스와 X를 중심으로 이슈화된 것 중 하나가 콘텐츠 모더레이션(content moderation)이다. 이는 플랫폼에 공유되는 부적절한 콘텐츠들을 관리하는 자정 노력이다.

개개인이 공유할 수 있는 콘텐츠의 내용 자체를 일일이 감시한다는 측면에서 표현의 자유를 제한한다는 비판도 있는데다, 기업 입장에서는 비용을 계속 지출해야 한다는 점에서 쉽지 않은 문제다. 이를 고려할 때 ‘온라인 세스풀’이었던 레딧이 자정작용을 거쳐 상장사가 된 것은 의미가 크다. 이에 혹자는 이번 상장을 콘텐츠 모더레이션의 성공 사례로 평가해야 한다고 주장하기도 한다(Roose, 2024).

뉴욕타임스의 케빈 루스(Kevin Roose) 기자는 레딧의 콘텐츠 모더레이션의 성공 요인을 세 가지로 정리했다. 첫 번째는 특정 개인이나 포스팅을 평가해 제재하지 않고 ‘장소’(게시판)를 규제했다는 점이다. 다시 말해 레딧은 개별 콘텐츠나 계정이 아닌 혐오 발언이나 극단적인 이야기가 펼쳐지는 썬레딧 자체를 폐쇄하는 방식을 택했다. 두 번째로 중앙집중적 방식보다 기존에도 존재해 왔던 자발적으로 콘텐츠 중재에 나서는 자원봉사자들에게 권한을 실어주는 방

향으로 콘텐츠 모더레이션을 집행했다는 점이다. 마지막으로 가치 판단보다는 행동에 기반해 폐쇄 결정을 내렸다는 점이다. 특정 가치를 추구하는 섭레딧을 폐쇄해 정치적 잡음을 내기보다 정치적 가치와 무관하게 다른 유저들을 불쾌하게 하는 행위를 최대한 일관되게 규제해 온 것이다. 물론 레딧이 완벽한 플랫폼은 아니지만 유력 소셜미디어 플랫폼들이 콘텐츠 자정에 어려움을 겪고 있는 상황에서 레딧의 변화는 분명 눈여겨볼 만하다.

소셜미디어 플랫폼 어포던스와 레딧의 독특한 커뮤니티 문화

레딧은 기업공개를 통해 향후 사업 확장 계획과 관련해 몇 가지 가능성을 언급했다. 하나는 현재의 광고 비즈니스 모델을 확장하는 것이고 다른 하나는 레딧의 유저들이 지속적으로 생성하고 있는 데이터들을 인공지능 모델 훈련 등을 위해 다른 기업에 판매하는 방법이다. 주목해야 할 부분은 이 두 모델 모두 레딧의 독특한 특성으로 인해 형성된 커뮤니케이션 문화 및 방식 덕분에 부가적인 가치를 가진다는 점이다.

레딧은 메타의 페이스북, 인스타그램이나 X와는 다른 커뮤니케이션 환경을 제공한다. 소셜미디어 플랫폼(혹은 다른 기술)의 가능성을 주로 지칭하는 개념인 어포던스(affordances)를 통해 이를 살펴볼 수 있다. 소셜미디어 어포던스는 기술적·사회적·맥락적 관계를 통해 나타나는 소셜미디어의 특성에 대한 인식으로 해당 플랫폼의 특정 사용을 가능하게 하거나 제한하는 특성을 지칭한다(Ronzhyn et al., 2023). 콘텐츠가 누구에게 얼마만큼 보여지는지(visibility)나 콘텐츠의 수정 가능성(editability) 등 다양한 플랫폼의 기능적, 디자인적 요소, 그리고 그로 인해 규정되는 커뮤니케이션의 범위 등이 어포던스에 포함된다. 페이스북의 경우 일차적으로 페이스북 ‘친구’들과의 소통을 텍스트, 사진, 동영상 등의 형식으로 할 수 있는 반면, X의 경우 팔로워를 비롯한 모든 불특정 다수에게 주로 제한된 텍스트의 형식으로 커뮤니케이션하는 방식이다. 이러한 기능적인 요소들은 플랫폼 내의 독특한 소통 규칙과 패턴, 문화를 형성한다.

레딧의 경우 관심사에 기반해 플랫폼 내 커뮤니티가 섭레딧의 형태로 존재한다는 점에서 한 섭레딧 내에서 다루는 주제에 대한 관심도나 깊이가 다르다. 특히 자체적인 콘텐츠 모더레이션을 통해 플랫폼에 유해한 섭레딧들이 다수 정화된 상황에서 레딧은 사람들이 특정 주제에 대한 정보를 얻기에 상당히 유용한 정보원으로 자리잡기 시작했다. 또한 어떠한 주제에 대해 구성원들이 상당히 구체적이고 건설적인 문답을 하는 경우도 많다. 최근 과학 학술지 네이처(Nature)는 레딧이 실제 과학자와 연구자들에게 어떻게 유용한 네트워킹 및 협력의 장이 되는지, 또 연구를 위한 데이터를 제공하는지를 자세히 조명하기도 했다(Docter-Loeb, 2024).

수익 창출과 유저들의 반발은 해결해야 할 숙제

레딧이 지난 10여 년간 성공적인 콘텐츠 모더레이션을 통해 기업공개에 성공했지만 해결해야 할 숙제와 어려움은 분명 존재한다. 건설적인 셉레딧들의 비중이 증가했지만 여전히 부적절한 콘텐츠가 많이 남아있는 것도 현실일뿐더러, 여느 소셜미디어 기업이 그랬듯 수익 창출에 대한 우려도 존재한다. 2005년 설립 이후 지금까지 한 번도 흑자전환을 하지 못했기 때문이다.

레딧은 정교하게 설계된 툴을 이용해 마치 실제 이용자가 작성한 게시물인 듯한 포맷의 광고를 제공하는 등 광고 포맷 혁신 계획을 기업공개 신청서를 통해 밝혔다. 하지만 주제에 대한 몰입도가 높고 플랫폼을 오래 이용해 온 열성 유저들의 특성을 생각해 볼 때, 이러한 형식의 광고는 큰 반발에 부딪힐 가능성이 높다. 레딧은 기업공개를 통해 발행한 주식의 상당 부분을 콘텐츠 모더레이션에 기여도가 높거나 활동 정도가 높은 유저들을 위해 남겨둘 정도로 유저들에 민감한 플랫폼이다. 최근 레딧의 데이터를 이용하는 서드파티 애플리케이션에 대한 정책 변화에 대한 반발로 8,000개 이상의 셉레딧이 활동을 일방적으로 중지한 사례는 레딧 유저들이 플랫폼의 변화에 얼마나 민감한지를 단적으로 보여준다(Velazco, 2024). 본격적으로 상장사가 돼 메인스트림 소셜미디어 플랫폼으로서 평가될 예정인 레딧이 산적한 문제들을 어떻게 헤쳐 나갈 수 있을지 두고 볼 일이다.

참고문헌

- Abad-Santos, A., <The Reddit revolt that led to CEO Ellen Pao's resignation, explained>, Vox, 2015.7.8, <https://www.vox.com/2015/7/8/8914661/reddit-victoria-protest>
- Docter-Loeb, H., <How scientists are making the most of Reddit>, Nature, 2024.4.1, <https://doi.org/10.1038/d41586-024-00906-y>
- Greenfield, R., <Reddit defines what free speech means on Reddit>, The Atlantic, 2012.10.17, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/reddit-defines-what-free-speech-means-reddit/322462/>
- Hamilton, D., <Reddit is preparing to sell shares to the public. Here's what you need to know>, AP News, 2024.3.12, <https://apnews.com/article/reddit-ipo-going-public-employee-shares-redditors-838bb2834d896bc0152be60442f362fb>
- Isaac, M., <Reddit files to go public, in first social media I.P.O. in years>, The New York Times, 2024.2.22, <https://www.nytimes.com/2024/02/22/technology/reddit-initial-public-offering.html>
- Isaac, M., & Hirsch, L., <Reddit prices I.P.O. at \$34 a share, in a positive sign for tech>, 2024.3.20, The New York Times, <https://www.nytimes.com/2024/03/20/technology/reddit-ipo-stock-price.html>
- Ronzhyn, A., Cardenal, A. S., & Batlle Rubio, A., <Defining affordances in social media research: A literature review>, New Media & Society, Vol.25, Issue 11, <https://doi.org/10.1177/14614448221135187>
- Roose, K., <Reddit limits noxious content by giving trolls fewer places to gather>, The New York Times, 2017.9.25, <https://www.nytimes.com/2017/09/25/business/reddit-limits-noxious-content-by-giving-trolls-fewer-places-to-gather.html>
- Roose, K., <Reddit's I.P.O. is a content moderation success story>, The New York Times, 2024.3.21, <https://www.nytimes.com/2024/03/21/technology/reddit-ipo-public-content-moderation.html>
- Velazco, C., <Reddit's shares soar in stock market debut>, The Washington Post, 2024.3.21, <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/03/21/reddit-ipo-explained-stock-users/>



파리 올림픽 앞으로 100일 파리 시내를 경기장으로? 프랑스 언론의 불안한 시선

조영중 KBS PD

올림픽을 약 1년 앞둔 지난여름, 파리 부시장 두 명이 기자들 앞에서 센강으로 뛰어 들었다. 퍼포먼스의 주인공은 에마누엘 그레고이(Emmanuel Grégoire) 부시장과 파리 올림픽 준비를 총괄하는 피에르 라바단(Pierre Rabadan) 부시장. 센강으로 다이빙한 두 명의 부시장을 바라보며, 파리 시장 안 이달고(Anne Hidalgo)는 공식적으로 파리 올림픽 세 개 수영 종목을 센강에서 개최하겠다고, 경기가 열릴 장소를 공개했다. 르몽드, 르피가로, 리베라시옹 등 프랑스의 유력 언론은 이 사실을 크게 보도했고, 뉴스 전문 채널 BFM은 센강에 뛰어든 공무원들을 ‘원기 왕성(En Pleine Forme)’하다고 칭찬했으며, 스포츠 전문지 레퀴프(L'Équipe)는 “약속을 지킨 이달고 시장, 내년에 수영한다(Anne Hidalgo, maire de Paris: « Promesse tenue, on nage dans la Seine »)”라고 전달했다. 도대체 센강에서 수영하는 게 얼마나 대단한 일기에, 프랑스 언론들이 앞다퉈 이 사실을 보도하는 걸까.



파리 센강 ©조영중



파리 올림픽 테스트 이벤트를 겸해 센강 주변에서 열린 세계 트라이애슬론 선수권대회 ©조영중

더러운 센강에서 올림픽 수영 경기를?

약 100일 앞으로 다가온 파리 올림픽의 슬로건은 ‘완전히 개방된 대회(Ouvrons grand les Jeux)’다. 에펠탑 앞에서는 비치 발리볼 경기, 베르사유 궁전에선 승마 경기, 그랑 팔레(Grand Palais)에선 태권도와 펜싱 경기를 하는 식이다. 하지만 파리가 올림픽 전체 예산의 3분의 1을 쓰며 가장 공들이는 부분은 바로 센강에서 수영 경기의 일부, 즉 트라이애슬론, 다이빙 그리고 10km 수영 경기를 개최하는 것이다. 문제는 센강의 수질. 더러워도 너무 더럽다. 수질 악화를 이유로 센강에서의 수영이 금지된 해가 1923년, 거의 100년 전의 일이다.

파리 시민의 생활 중심지인 센강은 강 위의 배들과 강 주변 레스토랑 때문에 얼핏 봐도 깨끗한 상태는 아니다. 여기에 비가 오면 하수와 오물이 센강으로 유입된다. 파리 언론이 이달고 시장의 선언을 놀라게 받아들이는 건 이 때문이다. 물론 파리시도 센강 수영 프로젝트가 얼마나 어려운지 잘 알고 있다. 약 30년 전, 자크 시라크(Jacques Chirac) 전 대통령이 파리 시장이던 시절, 시민들이 수영할 수 있을 정도로 센강 복원을 시도했지만, 실패했다. 파리는 올림픽이라는 대형 이벤트를 기회로, 약 14억 유로, 우리 돈으로 2조 원에 가까운 예산을 센강 정화에 투입하여, 7개 수영 종목을 센강에서 개최한 1900년 파리 올림픽의 재현을 기대하는 중이다.

프랑스 언론의 기대는 약 한 달 만에 불안으로 바뀌었다. 작년 8월 초 센강에서 열릴 예정이었던 10km 수영 대회가 수질 상태 때문에 취소된 것. 프랑스의 주간지 르퐁(Le Point)은 ‘불

과 몇 시간 직전에(Cela s'est joué à quelques heures)' 취소가 결정됐다며 우려를 표했다. 자연스럽게 프랑스 언론의 관심은 2023년 8월 17일, 센강에서 4일간 개최될 트리아슬론 국제 대회에 집중됐다. 수영, 마라톤, 사이클을 동시에 하는 트리아슬론 이벤트의 첫날, 불안은 기대로 바뀌는 것처럼 보였다. 성공적으로 트리아슬론 수영 경기를 센강에서 마무리했기 때문이었다.

역사적 순간이었다. 프랑스 선수들은 경기 전 염소 성분이 들어간 약을 먹었다고 밝히긴 했지만, 수질 상태엔 큰 불만이 없어 보였다. 문제는 단체 경기가 열리는 대회 마지막 날. 당시 취재를 위해 경기장을 찾았지만, 시작 한 시간 전까지도 선수들은 모습을 드러내지 않았다. 알고 보니 수영 경기가 취소된 것. 당일 오전 잠시 내렸던 비가 원인이었다. 어쩔 수 없이 수영을 뺀 두 종목, 마라톤, 사이클 두 경기만 열렸고, 실망스러운 성적을 받아 든 프랑스 트리아슬론팀의 도리안 코니(Dorian Coninx)는 “수영에 강점을 보이는 프랑스 팀에게 (수영 취소는) 불리한 결정이었다”라며 분통을 터트렸다.

센강 수질보다 더 큰 문제는 시민들이 겪을 불편

대회가 끝나고 프랑스 체육부 장관, 올림픽 준비 위원장, 파리시 부시장 등이 기자회견을 열었다. 프랑스 언론은 취소 이유를 물으며 파리 올림픽의 센강 프로젝트가 너무 무모한 것 아니냐고 비판했다. 피에르 라바단 파리시 올림픽 준비 단장은 기자회견을 하는 동안에도 “아직 센강 수질 저하에 대한 정확한 원인을 찾지 못했다”라고 털어냈고, 아멜리에 우데야-카스테라(Amélie Oudéa-Castéra) 장관은 그래도 4일 중 3일은 문제가 없었으니 오히려 “좋은 신호로 생각한다”라고 답했다.

장관의 무책임한 답변에 한 프랑스 기자가 “당신은 센강에 들어간 적이 있냐”고 물었다. 순간 기자회견장에 흐른 짧은 정적. 곧 프랑스 체육부 장관은 “기쁜 마음으로 들어갈 겁니다”라고 답했지만, 다음날 거의 모든 프랑스 언론은 트리아슬론 취소 소식을 전하며 우려를 내놨다. 르몽드는 “센강 수질의 불확실성 때문에 (경기가) 취소됐다(annulée en raison d'incertitudes sur la qualité de l'eau de la Seine)”고 보도했고, 프랑스양포(France Info)와 르파리지앵(Le Parisien) 등도 취소 사실을 비중 있게 다뤘다.

더 큰 문제는 파리 올림픽에 대한 우려 사항이 센강 수영만이 아니라는 점이다. 완전히 개방된 대회를 모토로 도심 전역에서 경기가 열리기 때문에 시민들이 감내해야 할 불편이 클 수밖에 없다. 그중 가장 큰 걱정이 교통이다. 실제 트리아슬론 국제 대회가 열렸던 알렉상드르 3세 다리(Pont Alexandre-III) 맞은편에 위치한 앵발리드(Invalides)에선 양궁 월드컵 4차 대



트라이애슬론 경기가 열린 곳 맞은편, 앵발리드에서 열린 양궁 경기 ©조영중

회가 동시에 열렸다. 당일 교통 통행은 전면 중단됐으며, 양궁과 트라이애슬론 경기장 두 곳의 연결 통로가 따로 준비되지 않아, 현장에서 취재하던 많은 언론인은 혼란에 빠졌다.

무엇보다 방송팀의 경우 차량 통제로 무거운 장비를 직접 들고 걸어서 이동해야 하는 게 고역이었다. 방송팀의 항의에 파리시는 올림픽 기간 중 작은 손수레를 제공할 수 있다고 밝혔다. 실제 올림픽 당일에도 양궁과 트라이애슬론은 같은 날 열릴 예정. 결국 파리시는 두 개의 경기를 동시 개최해 교통 상황을 점검하려 했던 것인데, 예상대로 주변부 교통이 마비된 것이다.

리베라시옹은 ‘프랑스 올림픽 기간 중 대중교통 점검¹⁾’ 기사에서 광역 파리 구역, 일드 프랑스(Ile de France) 주지사인 발레리 페크라스(Valérie Pécresse)를 인터뷰했는데, 주지사 역시 “좀 걷는 것을 두려워해서는 안 된다, 피할 수 없다, 불편을 줄 것이다”라며 파리 시민들의 인내를 요구했다. 하지만 파리 시민들의 반응은 냉소적이다. 르파리지앵이 SNS에 올림픽 교통 혼잡 미리 보기 정보를 게재했는데²⁾, ‘올림픽 동안 피해야 할 곳은 파리 전체’, ‘혼잡하지 않은 곳을 설명하는 게 빠를 듯’, ‘13호선은 올림픽 없어도 난리’ 등의 부정적 댓글이 여러 개 달렸다. 여기에 올림픽 기간 대중교통비가 약 두 배 인상될 거란 발표까지 나오면서 시민들의 불만은 더욱 커졌다.

1) Damien Dole, <Transports publics : Paris se magne le train avant les JO de l'été 2024>, 2024.3.26, https://www.liberation.fr/economie/transports/transports-publics-paris-se-magne-le-train-avant-les-jo-de-lete-2024-20240326_Q5CIXA4VUZHTGCFBYD3SEHRQM/

2) https://www.instagram.com/p/C5QuxLbI3_K/

총격 테러 경험한 시민들, 가장 우려하는 것은 안전

하지만 프랑스 언론의 가장 큰 우려는 경기도, 교통도 아니다. 바로 안전이다. 2015년 바타클랑(Le Bataclan) 극장에서 무차별 총격 테러를 경험한 파리는 최근 러시아 모스크바 극장에서 벌어진 비슷한 테러를 보며 9년 전의 악몽을 떠올렸다. 테러에 대한 악몽은 곧 올림픽 개막식에 대한 우려로 이어졌다. 왜냐하면 파리시는 개막식을 올림픽 역사상 최초로 스타디움이 아닌 센강에서 열기로 했기 때문이다.

이번 올림픽 개막식은 각국 선수단을 태운 160척의 보트가 아우스터리츠 다리(Le pont d'Austerlitz)에서부터 에펠탑에 이르는 6km의 구간을 지나가는 방식으로 진행될 예정이다. 즉, 이번 개막식은 ‘완전히 개방된 대회’의 결정판인 셈이다. 센강 옆 일부 구간을 제외하고는 별도 통제 없이 행사를 무료로 일반 시민에게 전면 개방할 계획이었지만, 안전에 대한 우려가 커지면서 일단 계획은 보류된 상태다. 르몽드는 ‘테러의 위협에서 안보의 도전까지(du risque terroriste à la délinquance, le défi de la sécurisation)’³⁾라는 제목의 팟캐스트 방송에서 거의 모든 전문가가 이구동성으로 센강 개막식은 안전의 관점에서 최악의 선택이라고 말했다며 이를 비판했다. 파리시 역시 애초 센강 개막식에 60만 명의 유료 관객을 계획했지만, 파리 경시청의 반대로 10만 4,000석까지 줄인 상황. 그럼에도 르몽드 기사는 “리스크는 올림픽 경기를 헤치려는 사람들의 상상력만큼 광대하다, 무제한적이다”⁴⁾라며 센강 개막식에 대한 우려의 시선을 던졌다.

테러 우려에 대해 프랑스는 경찰 등 보안 인력 확충을 해결책으로 제시했지만 이마저도 쉬워 보이지 않는다. 지난 1월 파리 시청 앞으로 경찰들이 모였다. 프랑스 정부는 올림픽 동안 안전 관리를 위해 파리 경찰 전원의 휴가 제한 계획을 발표했는데, 경찰들이 이에 공개적으로 반발한 것이다. 시위를 막아야 할 경찰이 시위를 벌이는 상황. 경찰들은 휴가 보장, 추가 보상금 책정 등의 주장을 펴는 동시에, 개막식 안전 관리를 위한 현실적인 인력 충원 계획을 내놓으라고 정부에 요청했다. 경찰 시위는 곧 다른 여러 분야의 시위로 확산됐다. 역시나 올림픽 기간 중 여름휴가가 제한될 수 있는 자영업자들이 거리로 나섰다. 올림픽 전용차선 이용에서 제외돼, 영업에 타격을 입게 된 우버 택시 기사들은 순환 도로에서 시속 5km로 운전하는 일명 ‘달팽이 시위’로 자신들의 분노를 표출했다, 그리고 추방 위기에 내몰린 프랑스 공사 현장의 불법 이민자들도 시위에 동참하면서, 파리 올림픽 준비는 더욱 암울해지는 상황이다.

3) <https://podcasts.lemonde.fr/lheure-du-monde/embed/v2/202404030200-jo-du-risque-terroriste-la-delinquance-le-defi-de-la-securis>

4) J'ai envie de dire que les risques, c'est un peu comme l'imagination d'un individu ou d'un groupe déterminé à perturber les jeux, c'est même presque comme le destin, je dirais, c'est sans limite.

완전히 새로운 올림픽...언론 반응은 냉소적

지난 2월 파리는 외신 기자들을 초청해, 아우스터리츠역 아래의 공사 현장을 공개했다. 파리는 수영장 20개를 동시에 채울 수 있는 양의 물을 저장할 수 있는, 거대한 하수 저장고를 건설 중이다. 대형 터널을 이곳에 연결, 센강으로 유입될 빗물과 하수를 저장고로 보내려는 것이다. 피에르 라바단 시장이 직접 나와 센강 프로젝트의 진행 상황에 대한 자신감을 드러냈지만, 기자들의 반응은 냉소적이었다.

일단 하수 저장고의 공사도 끝나려면 멀어 보인 데다, 강우량이 예상보다 늘어나 저장고 용량을 넘어서면 저장고는 무용지물이 되기 때문이다. 라바단 시장을 따로 만난 자리에서 파리 올림픽의 준비에 우려를 표하자, 그는 “걱정은 우리가 할 테니, 당신은 혁신적인 파리 올림픽을 재밌게 즐기면 됩니다”라고 했다. 프랑스인 특유의 자신감이 묻어나는 말이었다.

실제 프랑스는 역사적으로 세계의 문화 예술 흐름을 끌어 나간 선두 주자였으니, 기존의 올림픽과 차별화된, 완전히 새로운 올림픽을 열겠다는 그들의 야심은 충분히 이해 간다. 하지만 프랑스 언론이 던지는 다양한 우려의 시선을 보면, 파리지영들이 너도나도 올림픽 기간엔 파리를 떠나겠다고 하는 말이 호들갑처럼 느껴지지 않는다. 과연 파리는 100년 만에 파리에 열리는 이번 올림픽을 역사에 남을 기념비적 대회로 성공적으로 마무리할 수 있을까. 이제 100일 정도 남았다. 🏊



파리시가 야심차게 계획 중인, 센강에서 열리는 올림픽 개막식 가상 이미지 <출처 - 파리지영>



뉴스 사용료 지급 거부한 메타 페이스북뉴스 서비스 중단이 뉴스 산업계에 가져올 파장

이지영 캔버라대 미디어커뮤니케이션학과 교수

지난달, 페이스북과 인스타그램을 소유한 메타가 더 이상 호주 언론사와 콘텐츠 유료화 계약을 체결하지 않겠다고 발표했다. 페이스북, 구글과 같은 플랫폼사들이 언론사에 뉴스 사용료를 지불하라는 호주 뉴스미디어협상법(News Media Bargaining Code)에 따라 지난 2년간 언론사에 뉴스 사용료를 지불해 온 메타의 이번 결정은 호주 언론계에 적지 않은 파장을 일으키고 있다. 우선 메타의 결정으로 인해 약 7,000만 호주 달러(약 600억 원) 상당의 뉴스 사용료 지불이 중단될 예정이다.¹⁾

호주의 뉴스미디어협상법은 2021년 테크 기업들이 자신의 플랫폼에서 뉴스 콘텐츠를 사용해 수익을 창출할 경우, 뉴스 제공자와의 협상을 통해 적절한 대가를 지불하도록 도입된 법안이다. 디지털 플랫폼의 시장 지배력을 조정하고, 전통적인 뉴스 산업이 디지털 환경에서 경쟁력을 유지할 수 있도록 지원하는 데 그 목적이 있다.

2021년 메타는 뉴스미디어협상법이 통과된 다음, 의무 이행을 위해 호주의 언론사들과 비공개 협상을 체결했다. 호주의 주요 언론사인 뉴스코퍼레이션(News Corp), 스카이뉴스(Sky News), 세븐(Seven West Media), 나인(Nine Entertainment), 공영방송 ABC, 가디언(The Guardian)이 메타와 뉴스 사용료 지불 협상을 체결했는데, 메타는 2월 29일 성명²⁾에서 해당 언론사들과 계약이 만료되면 계약 연장을 하지 않겠다고 밝혔다. 아울러, 4월부터 뉴스 콘텐츠를 위한 전용 탭인 페이스북뉴스(Facebook News)서비스를 중단할 예정이라고 발표했다.

페이스북뉴스는 작년에 영국, 프랑스, 독일에서 서비스가 중단됐다. 물론 페이스북 이용자들은 여전히 페이스북 피드에서 뉴스를 볼 수 있으며, 호주 언론사들은 계속해서 자신들의 페이스북 계정과 페이지에 접근할 수 있고 뉴스 기사 링크와 콘텐츠를 게시할 수 있다. 이번 결정과 더불어, 메타는 자사 소셜미디어 플랫폼 내에서 정치 관련 콘텐츠의 추천을 제한하기로 했다고 밝혔다.

페이스북 이용, 뉴스 때문 아니다

메타의 이번 결정은 호주에서의 페이스북 이용률 감소와 관련이 있는 것으로 보인다. 메타는 성명에서 작년 한 해 호주에서 페이스북뉴스를 사용하는 사람이 80% 이상 감소했다고 밝히며, 페이스북 이용자들이 뉴스를 위해 페이스북을 이용하는 것은 아니라고 주장했다. 뉴스 콘텐츠는 전 세계인 페이스북 피드의 3% 미만을 차지하고 있으며, 이는 페이스북 플랫폼 이용에서 극히 일부라는 것이다.

실제로 페이스북은 지난 몇 년간 호주에서 지속적인 하락세를 보이고 있다. 캔버라대 뉴스 미디어 연구소의 <2023 디지털 뉴스 리포트 호주(Digital News Report Australia 2023)>³⁾에 따르면, 2023년 응답자의 64%가 페이스북을 이용하는 것으로 나타났는데, 이는 전년 대비 3%p 감소한 수치다. 그럼에도 불구하고, 페이스북은 여전히 호주 국민이 가장 많이 사용하는 소셜미디어 플랫폼이며, 페이스북 이용자의 상당수가 페이스북을 통해 뉴스를 접하고 있다.

페이스북 이용자의 절반(50%)이 뉴스를 보기 위해 페이스북을 이용한다고 응답했으며, 페이스북에서 뉴스를 접하는 응답자 비율은 2022년 대비 3%p 증가했다. 또한, 페이스북 이용자의 절반 이상(56%)이 페이스북 내에서 주요 언론사들의 뉴스 콘텐츠에 관심을 기울인다고 응답했다. 전체 페이스북 피드에 게시되는 콘텐츠 대비 뉴스 콘텐츠의 비율은 상대적으로 매우 적을 수 있으나 분명 페이스북이 뉴스와 소비자를 연결하는 중요한 매체 중 하나로 자리매김하고 있음에는 의심의 여지가 없어 보인다.

메타는 페이스북 이용자들은 주로 사회적 연결과 새로운 기회, 관심사를 탐색하기 위해 플랫폼을 사용하는 것이지, 뉴스를 이용하기 위해 페이스북을 이용하는 것이 아니라고 주장한다. 이는 뉴스 콘텐츠가 이용자들 사이의 소통과 연결에 미치는 중요한 영향을 간과하는 것일 수 있다. <2023 디지털 뉴스 리포트 호주>의 데이터에 따르면, 페이스북 이용자 중 상당수가 소셜미디어를 통해 뉴스를 접하고 있음을 보여준다. 이용자 중 35%가 소셜미디어에 공유된 뉴스 포스트를 읽고, 20%는 이와 관련해 댓글로 의견을 나누거나 다른 사람과 공유한다고 응답했다. 이는 많은 이용자가 페이스북을 통해 다양한 정보를 얻고, 그 내용에 대해 소통하며, 의견을 나누는 중요한 수단으로 활용하고 있음을 시사한다.

1) Frank Chung, <Meta to pull \$70 million from Australian news publishers, wind down Facebook News tab>, News.com.au, 2024.3.1, <https://www.news.com.au/finance/business/media/meta-to-pull-70-million-from-australian-news-publishers-wind-down-facebook-news-tab/news-story/8a9ac9c1ad57cfb15ca91a241affc6c7>

2) <An Update on Facebook News>, Meta, 2024.2.29, <https://about.fb.com/news/2024/02/update-on-facebook-news-us-australia/>

3) <https://www.canberra.edu.au/research/faculty-research-centres/nmrc/digital-news-report-australia>

호주 정부 메타에 벌금 경고

호주 정부는 메타의 최근 결정을 강하게 비판하며, 뉴스미디어협상법에 따라 메타를 뉴스협상 의무 기업으로 지정하고, 이 법을 준수하지 않을 경우 메타의 호주 내 매출의 10%에 해당하는 벌금을 부과할 계획임을 밝혔다.⁴⁾ 이에 대해, 메타는 호주의 뉴스미디어협상법에 여전히 반대하는 입장을 유지하고 있으며, 이 법을 통해 글로벌 테크 기업들이 호주 뉴스 산업이 직면한 장기적인 문제를 해결해 줄 것이라는 기대는 현실적이지 않다고 주장했다.⁵⁾ 또한, 호주 정부가 페이스북과 같은 소셜미디어 플랫폼에서의 뉴스 소비에 대한 주장도 반박했다.

메타는 자신들이 언론사의 뉴스 콘텐츠를 가져가거나 훔친다는 비난은 사실이 아니라고 주장하며, 페이스북을 통한 뉴스 콘텐츠 소비는 언론사들이 자발적으로 참여하는 무료 서비스를 통해 이뤄진다고 설명했다. 이를 통해 언론사는 페이스북에서 발생하는 외부 링크를 통한 트래픽 및 구독에서 발생하는 수익의 100%를 유지할 수 있다고 강조했다. 메타에 따르면, 2023년 한 해 동안 페이스북 피드는 호주 언론사에 23억 개 이상의 무료 클릭을 제공했으며, 이는 약 1억 1,500만 호주 달러의 경제적 가치를 창출했다. 이러한 수치는 페이스북 내 호주 뉴스 콘텐츠가 차지하는 비율이 단지 3%에 불과함에도, 이 뉴스 콘텐츠가 생성하는 경제적 가치가 매우 높다는 것을 보여준다.

언론사 비판하고, 호주 정부는 대응 준비

메타의 이번 결정은 이미 예견된 행보지만 호주 언론에 적지 않은 충격을 주었다. 언론계는 일제히 강력하게 비판하고 나섰으며, 정부가 뉴스미디어협상법의 권한을 사용할 수 있는 모든 옵션을 탐색하는 것을 적극적으로 지지하고 있다. 어떤 언론사가 얼마를 받는지 정확히는 알 수 없지만, 호주 정부보고에 따르면, 메타와 구글은 호주 언론사에 매년 약 2억 5,000만 호주 달러(약 2,200억 원)를 지불한 것으로 추정된다.⁶⁾ 이는 호주의 뉴스 산업의 장기적 위기를 완전히 해결하기에는 부족할 수 있지만, 언론사들의 인력 충원에는 상당한 이바지를 하고 있다.

특히, 호주의 공영방송 ABC는 뉴스 사용료 협상을 통해 확보한 자금으로 지역 언론사에 60명의 추가 인력을 충원했다. 한편, 광고 수익의 지속적인 감소에 직면한 많은 언론사가 메타 플랫폼에서의 철수가 연간 순이익에 미치는 영향을 우려하고 있다. 특히, 뉴스미디어협상법 도입으로 가장 큰 수혜를 입은 호주의 주요 언론사인 뉴스코퍼레이션, 세븐, 나인은 메타의 이 같은 조치로 인해 연간 순이익의 최대 9%를 잃을 수 있다고 추정했다.⁷⁾ 이러한 예측은 호주 뉴스 산업에 있어 상당한 타격이 될 수 있으며, 메타의 플랫폼에서 뉴스 콘텐츠의 역할과 가치를 재평가할 필요성을 시사한다.

호주의 중소 언론사들은 초기에 메타, 구글과의 뉴스 사용료 협상에서 배제됐기 때문에 이번 메타의 결정에 영향을 받지 않는다. 그러나 메타가 자사의 소셜미디어 플랫폼에서 정치 관련 콘텐츠 추천을 제한하기로 한 최근 결정은 중소 언론사에게 새로운 도전을 안겨줄 것으로 예상된다. 페이스북은 중소 언론사가 자사 웹사이트로 트래픽을 유도하는 데 중요한 역할을 해왔으며, 메타의 결정은 특히 지역 뉴스 소비자와의 접점을 줄일 수 있는 위험을 내포하고 있다. 메타의 이 같은 성명 이후, 호주의 많은 중소 언론사가 이 상황을 기사화하고 있다. 이들은 자신들의 독립적인 뉴스 채널의 중요성을 강조하면서, 독자들에게 자사의 홈페이지 방문과 뉴스레터 구독을 적극적으로 독려하고 있다.

한편, 구글은 호주 언론사들과의 계약 만료일이 다가옴에 따라 재협상을 위한 대화를 시작했다. 구글은 일찍이 대부분의 뉴스 사용료 지불 기간을 5년으로 협상했는데, 이는 메타의 3년 계약과 대조된다. 마이크로소프트도 호주의 뉴스미디어협상을 지지하며, 호주의 공익 저널리즘을 지원한다고 밝혔다. 아울러, 호주 연방 정부는 최근 몇 달 동안 뉴스미디어협상과 관련해 틱톡과 접촉해오고 있다.

최근 호주 정부는 메타의 조치에 맞서 플랫폼에서 호주 뉴스를 차단할 경우의 영향을 조사하기 시작했다. 호주경쟁소비자위원회(Australian Competition and Consumer Commission)는 호주의 언론사들에게 소셜미디어가 자신들의 사업에 얼마나 중요한지, 그리고 메타가 모든 뉴스를 차단할 경우 어떤 영향이 발생할지에 대한 자세한 정보를 요구했다고 전해지고 있다.⁸⁾ 이는 호주 내 뉴스 산업의 특성과 소셜미디어 플랫폼의 의존성을 이해하고, 향후 호주 정부가 디지털 플랫폼의 영향력을 어떻게 규제할지에 대한 정책 결정에 변화가 있을 것을 시사한다. 📌

4) Taylor, J., <Meta says Facebook cannot solve media industry's 'issues' as it defends ending payments for news in Australia>, The Guardian, 2024.3.14, <https://www.theguardian.com/media/2024/mar/14/meta-facebook-news-media-bargaining-code#:~:text=The%20government%20is%20now%20working,10%25%20of%20its%20Australian%20revenue.>

5) <Debunking claims about news content on Meta's platforms>, Medium, 2024.3.13, <https://medium.com/meta-australia-policy-blog/debunking-claims-about-news-content-on-metas-platforms-b7117945ac87>

6) Grete, P., <How will Meta's refusal to pay for news affect Australian journalism – and our democracy?>, The Conversation, 2024.3.2, <https://theconversation.com/how-will-metas-refusal-to-pay-for-news-affect-australian-journalism-and-our-democracy-224872>

7) Buckingham-Jones, S. & Kehoe, J., <It's war - Meta pulls out of news deal>, Financial Review, 2024.3.1, <https://www.afr.com/companies/media-and-marketing/meta-refuses-to-pay-for-news-setting-up-war-with-publishers-20240301-p5f93l>

8) Buckingham-Jones, S., <The ACCC is asking news outlets if they can live without Facebook>, Financial Review, 2024.3.17, <https://www.afr.com/companies/media-and-marketing/the-acc-is-asking-news-outlets-if-they-can-live-without-facebook-20240313-p5fc2y>

AI 시대 뉴스 저작권 포럼 발족

언론계가 새로운 기술 환경에 공동 대응하는 모범사례 되어야



인공지능 대중화의 시대가 열리기 시작했다. 인공지능에 대한 대중적 인식이 확산된 것은 2016년이다. 그해 세계경제포럼에서 클라우드 슈바프(Klaus Schwab)는 ‘4차 산업혁명’의 핵심 기술로 인공지능을 지목했다. 슈바프는 빅데이터, 사물인터넷, 인공지능과 같은 사이버 기술이 물리계와 결합하면서 새로운 산업혁명이 발생할 것이라고 예언했다. 같은 해 구글이 개발한 바둑 프로그램 알파고는 광화문 포시즌스 호텔에서 열린 경기에서 이세돌 9단을 4대 1로 눌렀다. 알파고는 바둑 전문가들이 전혀 예측할 수 없는 수를 두어 승리를 거뒀다. 인공지능이 인간의 지능을 초월할 뿐만 아니라 기계가 인간의 지도를 받지 않고도 스스로 데이터를 학습하여 진화하는 초지능(superintelligence)이 가능할 수 있음을 보여준 사건이었다.

당시만 해도 인공지능에 대한 대중적 관심은 고조됐지만, 아직 대중화 단계에 도달하지는 못했다. 블록체인이나 메타버스 같은 기술과 마찬가지로 인공지능은 소문만 무성할 뿐 대중이 체감할 수 있는 기술로 여겨지지 않았다. 그러나 2022년 오픈AI가 챗GPT로 명명된 생성형 AI를 선보이면서 사정은 급변했다. 프롬프트를 입력하면 완벽하지는 않더라도 그럴듯한 산출물을 생성해내는 인공지능 서비스는 인공지능 대중화 시대의 개막을 알렸다. 오픈AI가 개발한 챗GPT 등장 이후로 기술 플랫폼과 협력 업체들은 앞다퉈 새로운 인공지능 서비스를 선보였다. 구글은 바드(Bard)와 제미니(Gemini)를, 마이크로소프트는 Bing(Bing) AI를, 네이버는 하이퍼클로바X(HyperCLOVA X)를 출시했다. 2024년 들어 오픈 AI는 챗GPT 이외에도 소라(Sora)라는 이름의 고품질 동영상 생성 서비스가 개발됐음을 알렸고, 심지어 인간처럼 사물을 인식하고 인간과 자연스럽게 대화를 나누는 휴머노이드의 시연 동영상도 공개했다.

생성형 AI를 비롯한 인공지능 대중화 시대가 열리면서 향후 인공지능이 가져올 여러 가지 변화에도 많은 관심이 쏠리고 있다. 산업계에서는 GPU가 더욱 중요해지는 반도체 시장의 판도 변화, 인공지능을 활용한 신제품 개발, 인간을 대체할 수 있는 인공지능 서비스 개발에 관심을 기울이고 있다. 예를 들어, 고대역폭메모리(HBM)

저작권 보호와 관련해 뉴욕타임스는 오픈 AI와 마이크로소프트를 상대로 소송을 제기했다. 뉴욕타임스는 독자적으로 생산한 뉴스 기사가 생성형 AI 개발에 이용 허락 없이 무단으로 활용되거나 생성형 AI가 뉴욕타임스의 비즈니스 모델을 파괴하는 문제를 제기했다.

반도체 양산, FHD 영상을 4K나 8K 영상으로 업스케일링하는 AI 칩을 탑재한 텔레비전 출시, 인간을 대체하는 AI 금융서비스 등이 그것이다. 정부에서는 인공지능 기술 관련 국가 경쟁력 강화 방안이나 인공지능 서비스에 대한 규제 정책을 마련하고 있다. 2024년 3월 유럽연합이 통과시킨 AI 법은 인공지능을 위험도에 따라 네 가지 등급으로 분류하고 등급별 규제 체계를 명시했다.

인공지능의 등장과 성장에 민감하게 반응하는 영역 중 하나는 언론계다. 언론계는 뉴스룸에서의 생성형 AI 활용 방안과 생성형 AI 개발에 학습 데이터로 투입되는 뉴스의 저작권 보호에 우선적으로 관심을 기울이고 있다. 뉴스룸에서의 생성형 AI 관련해서는 국경없는기자회가 주도해 2023년 11월 AI와 저널리즘 파리 헌장(Paris Charter on AI and Journalism)¹⁾을 발표한 바 있다. 뉴스룸에서 AI 활용도가 증가하는 가운데, 헌장은 투명성이나 책무성 같은 저널리즘 윤리 원칙을 강조했다. 뉴스룸이 사용하는 AI 시스템에 대해 저널리즘 윤리 차원에서 문제점이 없는지 평가해야 한다든지, 헌장 취재물과 생성형 AI를 활용한 부분을 분명하게 구분되도록 해야 한다는 점을 헌장은 적시하고 있다. 뉴스 저작권 보호와 관련해 뉴욕타임스는 오픈 AI와 마이크로소프트를 상대로 소송을 제기했다. 뉴욕타임스는 독자적으로 생산한 뉴스 기사가 생성형 AI 개발에 무단으로 활용되거나 생성형 AI가 뉴욕타임스의 비즈니스 모델을 파괴한다는 점에 문제를 제기했다.

한국언론진흥재단이 주최하고 한국신문협회, 한국방송협회, 한국기자협회, 신문방송편집인협회, 한국온라인신문협회, 한국인터넷신문협회가 주관하는 ‘AI 시대 뉴스 저작권 포럼’은 이러한 국제적 노력과 궤를 같이하면서 인공지능 환경에 대응하기 위해 지난 3월 결성됐다. 언론사나 언론인이 개별적이고 수동적으로 적응하기보다는 공동의 노력을 통해 새로운 기술 환경에 선제적이고 능동적으로 대응해야 한

다는 취지다. 언론계·학계·법조계·기술업계 전문가 32인이 참여하는 포럼은 세 개 분과로 구성됐다.

‘AI 활용 준칙 제정 분과’는 뉴스룸에서 인공지능 활용 사례를 분석하고 AI 활용 관련 국내외 준칙을 종합적으로 검토한다. 뉴스 수집, 편집, 제작, 배포와 관련해 어떤 단계에서 어느 정도 수준으로 AI를 활용하는 것이 적절한지, AI 활용과 관련해 관리 감독은 어떻게 이뤄져야 하는지, AI가 만들어 낼 수 있는 허위 정보나 차별적 표현은 어떻게 방지할 것인지 등을 논의할 예정이다. ‘법제도 개선 및 지원정책 분과’는 생성형 AI 학습 데이터 관련 뉴스 저작권을 어떻게 보호할 것인지 다룬다. 해당 분과는 저작권법 및 신문법을 분석하고 뉴스 저작권 보호를 위해 보완해야 할 법 조항이 있는지, 그리고 기술 개발 플랫폼과 언론사 간의 뉴스 이용 약관에 문제점은 없는지 분석한다. 아울러, 뉴스의 무단 이용을 방지하거나 이를 추적할 수 있는 기술적 방안에 대해서도 다룬다. ‘대가산정 및 상생협력 분과’는 생성형 AI가 뉴스를 학습할 경우 그 가치 평가 기준에 대해 논의한다. 뉴스의 가치 산정은 해당 뉴스 기사가 가지고 있는 콘텐츠의 특성, 뉴스를 활용하는 용도나 공정이용의 범위, 뉴스를 활용해 생성형 AI를 개발하는 기업의 가치나 수익성 등을 복합적으로 고려해야 하므로 지난한 논의가 진행될 것으로 예상된다.

지금은 인공지능 대중화 초기 단계에 있으며 인공지능 기술이 하루가 다르게 급격하게 발전하고 있어 앞으로 어떤 미디어 환경이 조성될지 예측하기는 매우 어렵다. 특히, 언론 산업과 관련해 인공지능을 기반으로 포털이나 검색 서비스와 다른 새로운 뉴스 서비스가 개발될 것인지, 뉴스 이용자의 행동 패턴에 어떤 변화가 나타나게 될 것인지는 미지수다. 그리고 생성형 AI가 어떤 수익 모델을 갖게 될지, 특히 생성형 AI가 광고 플랫폼으로 기능할 수 있을지도 예측할 수 없다. ‘AI 시대 뉴스 저작권 포럼’은 현재 단계에서 가시권에 있는 이슈들에 집중하지만, 이를 계기로 언론계가 새로운 기술 환경에 공동으로 대응하는 전범으로서 자리매김하기를 기대한다. 📌

1) <https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/11/Paris%20charter%20on%20AI%20in%20Journalism.pdf>

제5회 뉴스읽기 뉴스일기

미리(ME:LI) 살아남기



4. 1. 월 ~ 7. 31. 수

참가대상 전 국민 누구나

응모주제 다양한 뉴스를 주제로 창의적인 방법으로
뉴스 일기장에 30회 이상 자유롭게 작성
* 정확한 뉴스 출처 기재 필수

시상내역 총 상금 5,600만원 / 총 77명 시상
문화체육관광부장관상/한국언론진흥재단이사장상

접수방법

- 1) 제5회 뉴스일기장 30회 이상 작성
 - 2) 작성한 뉴스일기를 PDF 파일로 변환
 - 3) 공모전 홈페이지 [접수하기]를 통해 제출
- *제5회 뉴스일기장은 공모전 홈페이지 [신청하기]를 통해 양식 다운로드
*최초 1회 신청 후 공모전 홈페이지 [신청확인]을 통해 재다운로드 가능

문의사항

sjh@thinkcontest.com / 02-6395-3121

* 자세한 사항은 공모전 홈페이지 참조(www.뉴스읽기뉴스일기.org)



취업정보, 기업정보, 입시정보 원하는 뉴스를 빅카인즈 메일링 서비스로 만나보세요!

STEP 1

로그인 후
〈나의 관심뉴스〉
클릭

STEP 2

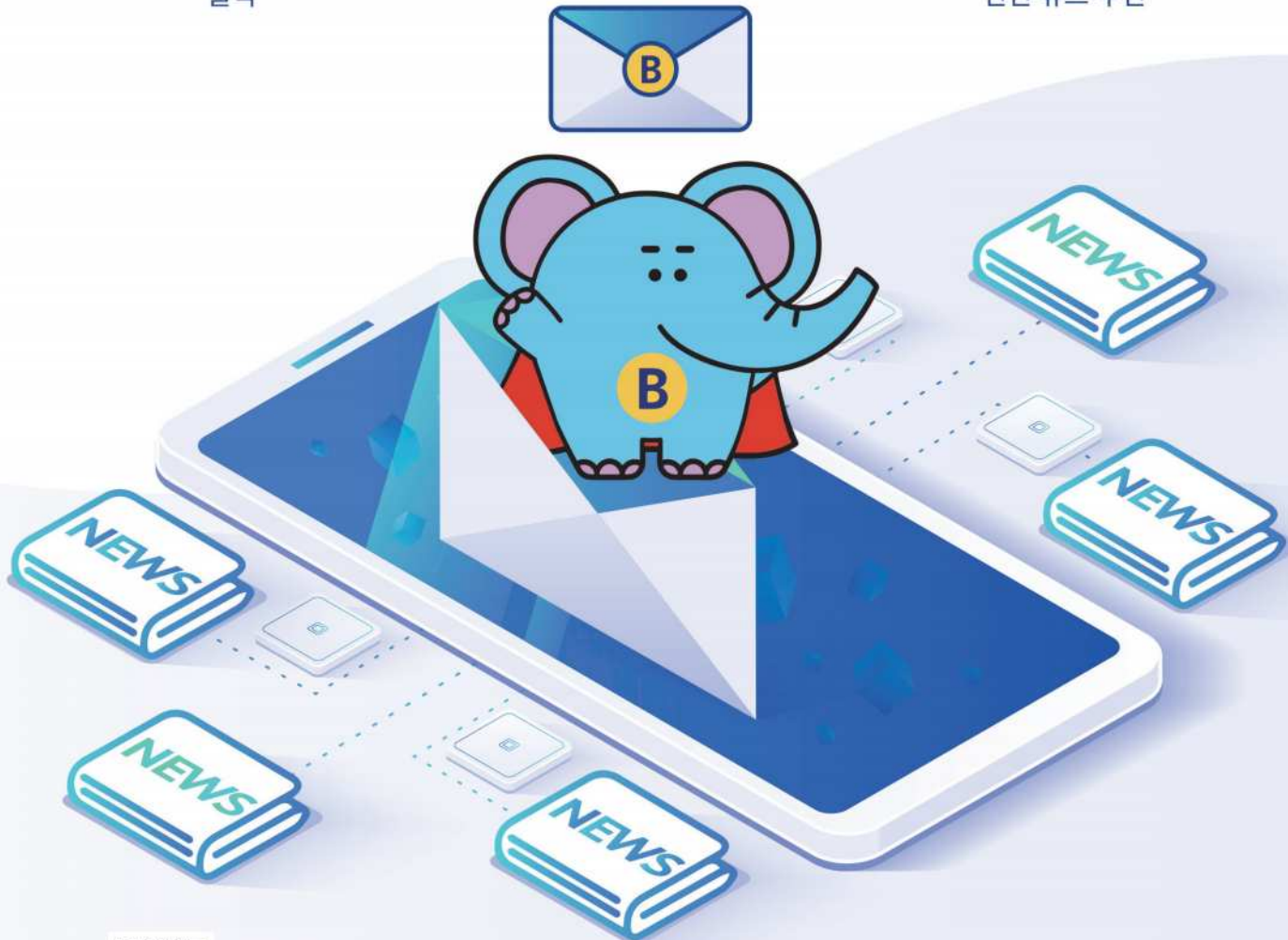
〈맞춤 키워드 설정〉
클릭

STEP 3

메일 수신 주기,
키워드 등록

STEP 4

매일 오후 11시 또는
토요일 오전 1시에
관련 뉴스 수신



더 자세한 내용은
빅카인즈(www.bigkinds.or.kr)에서 확인해보세요.

BIGKinds
NEWS BIODATA & ANALYSIS

한국언론진흥재단



뉴스에도 저작권이 있습니다

뉴스도 쇼핑하세요!

뉴스의 기사와 사진을 이용할 경우에는 해당 언론사의 허락을 받거나
뉴스토어 www.newstore.or.kr 를 방문하시기 바랍니다.



뉴스토어
바로가기



월간 <신문과방송>은
한국언론진흥재단의 정부광고 수수료로 제작됩니다.
정부광고 수수료가 공금하다면 QR코드를 통해 확인해주세요.