

## 줄어드는 미국 신문의 오피니언 페이지 진실과 지성이라는 저널리즘의 사명에 충실해야

신문 대부분은 오피니언 섹션이 있고 여기에 사실과 칼럼을 신는다. 미국의 경우 약 1,000만 명의 구독자를 보유한 뉴욕타임스 오피니언 섹션이 활발한 공론장 역할을 하는 반면, 한편에선 오피니언 섹션 무용론이 일고 있다. 오피니언 섹션의 역할과 문제점, 나아갈 방향을 미국의 사례를 통해 짚어본다. 편집자 주

하재식 / 일리노이대 커뮤니케이션학과 교수

2022년 8월 2일, 낸시 펠로시(Nancy Pelosi) 미국 연방하원의원 의장이 중국의 반대에도 불구하고 대만 방문을 강행했다. 바로 전날 뉴욕타임스의 칼럼니스트 토머스 프리드먼(Thomas Friedman)은 오피니언 칼럼을 통해 “펠로시 의장이 대만 방문을 강행한다면 이는 위험하고, 무책임한 행동”이라고 비판했다. 이어 “미국이 러시아와 전쟁 중인 우크라이나를 지원할 때 중국과의 갈등을 초래할 수 있다”며 “두 강대국과 동시에 전쟁을 벌여선 안 된다는 것은 대학 지정학(Geopolitics) 개론 수업에 나올 만큼 기초”라고 지적했다. 이 칼럼은 2,500개의 댓글이 달리며 폭발적 관심을 끌었다. 세 차례나 폴리처상을 받은 프리드먼은 조 바이든 대통령과 독대해 기후변화, 테러 등 주요 사안을 논의할 만큼 유명 인사다.

반면 이 신문의 정치 칼럼니스트 브렛 스티븐스(Bret Stephens)는 칼럼에서 “펠로시가 불한당으로부터 뒷걸음질 치게 해선 안 된다”며 방문 강행을 지지했다. 스티븐스는 “미국의 힘이 빠지는 틈을 타

중국은 일종의 전술을 터득했는데, 이는 첫째, 터무니없는 법적 주장을 펼치고 둘째, 도발해 놓고 그럴싸한 구실을 대고 셋째, 공격적 조치를 늘린 뒤에 꿈쩍 못 하게 마지막에 무력을 사용하는 것”이라고 지적했다. 이 전술이 그대로 홍콩 민주화 탄압, 남중국해의 군사 지배권 강화에 적용됐고, 현재 대만 문제에도 활용되고 있다는 것이다. 스티븐스는 “미국이 물러나선 안 된다. 단호한 펠로시에 응원을 보낸다”며 칼럼을 마쳤다. 이 역시 1,200개가 넘는 댓글이 달릴 만큼 큰 호응을 받았다.

같은 사안에 대해 상반된 시각을 제시한 두 칼럼은 미국의 중국 정책에 대한 외교·군사·학문적 논쟁을 촉발했다. 독일 철학자 위르겐 하버마스(Jürgen Habermas)가 1962년 출간한 《공론장의 구조변동》에서 제시한 ‘공론장(Public Sphere)’은 공동체 구성원들이 합리적·비판적 토론을 통해 최선의 결론을 추구해 가는 공간을 일컫는다. 뉴욕타임스의 오피니언 섹션은 공론장의 역할을 훌륭하게 해내고



펠로시 의장의 대만 방문에 상반된 시각을 제시한 프리드먼과 스티븐스  
<출처 - 뉴욕타임스 홈페이지 갈무리>



애리조나리퍼블릭은 2022년 6월 1일 오피니언 섹션 축소를 공식 발표했다.  
<출처 - 애리조나리퍼블릭 홈페이지 갈무리>

있다는 평가를 받고 있다.

신문사는 대개 사설과 칼럼을 오피니언 페이지에 실는다. 사설이 공적 사안에 대한 논설위원실의 공식 의견이라면, 칼럼은 특정 사안에 대한 개인의 의견과 시각을 담는다. 오피니언 섹션은 일반적으로 사설이 게재되는 페이지와 사설의 반대편 페이지(Op-ed, Opposite the editorial page)로 구성된다. 종이신문만 발행될 땐 지면 제약으로 게재되는 칼럼 수가 많지 않았다. 하지만 인터넷 시대엔 웹사이트에 얼마든지 칼럼을 발행할 수 있다. 실제로 뉴욕타임스 홈페이지에 하루에 20개가 넘는 칼럼이 쏟아질 때도 있다. 칼럼니스트들이 직접 뉴스레터를 이메일로 보내기도 한다. 현재 뉴욕타임스의 유료 구독자는 약 1,000만 명이다. 뉴욕타임스의 오피니언 섹션이 지구촌 공론장 역할을 할 수 있는 든든한 토대인 것이다. 워싱턴포스트 등 다른 신문사도 오

피니언 섹션에서 정치권, 부패한 기업, 반인권 국가 등 권력 집단을 매섭게 비판한다. 정치적 편향성 시비에서 자유로운 것은 아니지만 공적 사안을 토론에 부침으로써 권력을 감시하고 민주주의에 활력을 불어넣고 있다.

## ■ 신문 양극화와 오피니언 섹션 무용론

하지만 최근 미국 신문에서 오피니언 섹션의 양극화 현상이 나타나고 있다. 뉴욕타임스처럼 잘나가는 신문사는 막강한 사내외 필진을 동원해 여론을 주도하는 반면, 지역 언론사는 오피니언 섹션을 유지하는 것 자체에 부담을 느낀다.

더불어 오피니언 섹션 무용론이 고개를 들고 있다. 전국지인 USA투데이와 250개의 지역신문을 거느리는 가넷(Gannett)이 이를 주도하고 있다. 가넷은 미국 일간지 다섯 개 중 한 개를 소유하고 있을 만큼 대표적 신문 체인이다. 가넷에 소속된 편집자들로 구성된 위원회가 지난 4월 “독자들은 신문이 무엇을 생각해야 하는지 말하는 것을 원치 않는다. 우리가 편향된 의제를 가졌다고 믿고 있기 때문”이라며 “사설과 칼럼은 열독율이 가장 낮고, 독자들이 구독을 취소하는 이유”라고 발표했다. 이후 가넷 산하의 네 개 지역신문사가 오피니언 페이지와 발행 횟수를 줄였다. 또 신디케이트(syndicate) 칼럼이나 만평도 퇴출하고 있다. 애리조나주의 최대 신문 애리조나리퍼블릭(The Arizona Republic)은 6월부터 일주일에 3일만 오피니언 섹션을 발행한다. <편집자에게 보내는 편지(Letters to the editor)>도 일요일에만 발행하고 있고, 특히 향후 공직 후보자에 대한 지지 선언을 하지 않겠다고 발표했다. 이 신문은 “독자들은 우리가 킹메이커(Kingmaker)가 되기를 원하지 않는다”며 “우리의 시간과 노력을 애리조나주의 중요한 이슈들에 집중하겠다”고 밝혔다.

비슷한 시기에 미국 매사추세츠주의 지역신문 케이프코드타임스(Cape Cod Times)도 토요일과 일요일에만 오피니언 글을 발행하기로 했다. 이 신문은 “독자들이 뉴스와 오피니언 간의 차이를 잘 모른다”며 “오피니언 섹션의 콘텐츠 때문에 우리의 뉴스 콘텐츠가 ‘정치적 편향성’ 시비에 시달리고 있다”고 그 이유를 밝혔다. 미국 노스캐롤라이나주의 지역신문 뉴번선저널(New Bern Sun Journal)도 6월부터 일요일에만 오피니언 페이지를 발행한다. <편집자에게 보내는 편지>는 발행하지 않는다. 최근 몇 년간 독특한 시각을 가진 글들이 확연하게 줄었고, 대부분 지역 문제보다 국가적 사건들을 다뤘다는 이유에서다.

## ■ 오피니언 섹션은 왜 된서리를 맞게 됐나

가넷의 오피니언 축소에 대해 워싱턴포스트와 포인터연구소(Poynter Institute) 등 미국 언론업계는 원인과 파장을 분석하는 등 비상한 관심을 표명했다. 이번 사태의 배경은 대략 세 가지다. 첫째, 트럼프 효과다. 도널드 트럼프 전 대통령 시대에 미국 사회의 인종·지역 간 당파적 분열이 극심했다. 공화당 소속의 트럼프 전 대통령은 주류 언론을 ‘가짜뉴스’의 주범으로 몰아붙였고, 심지어 언론을 ‘미국 국민의 적’이라고 공격했다. 이 과정에서 보수 성향의 미국인들 사이에 언론 불신이 증폭했다. 이후 사실과 칼럼에 동의하지 않는 독자들이 구독을 중단하는 일이 빈번했다. 오피니언 섹션 감축에는 정치 싸움에 휘말리지 않겠다는 속내가 담겨있다.

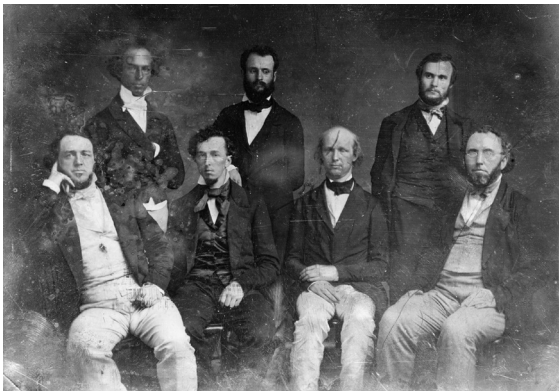
둘째, 경제적 요인이다. 그동안 신문시장의 축소로 문 닫는 신문사가 속출하고 구독자가 감소했다. 특히 코로나19 팬데믹은 지역신문의 광고 수익에 직격탄이었다. 가넷 그룹의 경우 비용 절감 압박을 심하게 받았다. 2019년 가넷과 게이트하우스미디어

(GateHouse Media)가 합병해 새롭게 출범한 가넷은 그동안 조직 축소에 매진했다. 그럼에도 올 2분기에 5,400만 달러(약 751억 원)의 손실을 기록했다. 2022년 주가도 반토막 수준으로 떨어졌다. 위기가 해소될 기미가 보이지 않자 오피니언 섹션에 칼을 댄 것이다.

셋째, 디지털 세대의 등장이다. 소셜미디어의 확산으로 일반인들이 ‘뉴스’와 ‘오피니언’을 구분하는 게 더욱 힘들어졌다. 종이신문을 읽을 땐 오피니언 페이지 상단에서 ‘Opinion’ 또는 ‘Op-ed’라는 표시를 쉽게 확인할 수 있다. 하지만 온라인 공간에서 공유되는 신문 콘텐츠는 무엇이 뉴스고 의견인지 쉽게 구분되지 않는다. 이렇다 보니 많은 독자가 오피니언 글을 뉴스 기사로 오해한다. 실제, 2018년 실시된 조사에서 미국인 중 75%는 자신이 좋아하는 뉴스 매체에서 뉴스와 오피니언을 구분할 수 있었지만, 트위터와 페이스북에선 오직 43%만 두 가지를 구분했다.

하지만 오피니언 축소가 과연 바람직한지는 논란이다. 포인터연구소에 따르면, 가넷이 오피니언 축소를 권장한 이후 회사 안팎에서 비판의 목소리가 나오고 있다. 본사의 보복 가능성 때문에 익명을 요청한 한 신문사의 편집자는 “오피니언은 매우 중요하다. 소셜미디어에서 허튼소리가 넘쳐나는 시대에 어떻게 교양 있는 토론을 할지에 대한 모델이 필요하다”고 지적했다. 다른 편집자는 “오피니언 축소는 신문 재벌이 추구해 온 다운사이징의 일환”이라며 “신문에서 활력이 사라질 것”이라고 우려했다.

가넷의 조치가 근시안적 접근이라는 의견도 제기된다. 미국 사우스캐롤라이나주의 도시 찰스턴의 신문 포스트앤큐리어(The Post and Courier)의 사례를 참조할 만하다. 일간 기준으로 9만 부를 발행하는 이 신문사에는 논설위원 세 명, 지역 담당 칼럼니스트 한 명, 비정규직 칼럼니스트 세 명이 있다. 이 신문은 논설위원 한 명과 비정규직 칼럼니스트 한



뉴욕트리뷴 오피니언 담당자들. 앞줄 왼쪽에서 세 번째가 호러스 그릴리  
<출처 - 매튜 브래디(Mathew Benjamin Brady), 미국 의회도서관>

명을 추가로 채용할 계획이다. 이 신문의 오피니언 편집자 릭 넬슨(Rick Nelson)은 포인터연구소와의 인터뷰에서 “다행히 우리 신문의 소유주들은 오피니언의 역할을 귀중하게 생각한다”며 “사실과 칼럼은 우리 웹사이트에서 가장 많이 읽히는 콘텐츠”라고 밝혔다. 특히 “숫자가 우리가 하는 일의 전부도, 목표도 될 수 없다”고 강조했다. 캘리포니아대 버클리의 에드워드 와서만(Edward Wasserman) 교수는 언론 기고문에서 “독자들에게서 이성적이고 사려 깊은 코멘트(Comment) 섹션을 뺀 것은 보도의 편향을 바로잡는 방법이 될 수 없다”며 “필요한 것은 사실 면의 재시동(reboot)이지, 폐쇄(closure)가 아니다”라고 지적했다.

## ■■ 호러스 그릴리와 오피니언 저널리즘

미국 언론은 17세기 후반 당파적 신문으로 출발했다. 정당이 신문사를 후원한 경우가 많아 정파적 언론이란 평가를 받았다. 미국 언론에서 중립성과 객관성 등의 가치가 부상한 것은 19세기 중반이었다. 1848년 통신사 AP(Associated Press)가 등장하면서 사실에 기반한 보도를 해야 할 필요성이 커졌다.

그래야 다양한 정치적 성향을 가진 언론사들에 뉴스 기사를 팔 수 있었기 때문이다. 1830년대에 창간된 더 선(The Sun)의 주도 아래 페니프레스(1센트에 팔리는 신문)의 시대가 도래했다. 말 그대로 대중매체가 탄생한 것이다. 신문들은 광고주의 이익과 대중의 호기심에 영합하는 과정에서 선정적 보도에 치중했다. 이에 맞서 1841년 뉴욕트리뷴(New York Tribune)을 창간한 호러스 그릴리(Horace Greeley)는 사실을 신문의 핵심 상품으로 부각시켰다.

당대 최고의 논설가란 평가를 받은 그는 저널리즘은 지성(intelligence)이 표출되는 공간인 동시에 뉴스, 아이디어, 문학, 비평, 개혁의 수단이 돼야 한다고 강조했다. 1862년 8월, 그릴리는 “에이브러햄 링컨 대통령은 흑인 노예 해방을 선언하라”는 내용의 사설을 썼고, 곧이어 링컨이 보낸 답신이 신문에 실렸다. 그릴리는 사설을 통해 평화주의, 페미니즘 등 각종 사회 개혁을 주창했다. 사회주의 사상가인 칼 마르크스를 런던 특파원으로 고용하고, 유명한 비평가, 작가, 언론인을 영입해 저널리즘을 한층 발전시켰다. 미국 노틀담대(The University of Notre Dame)의 제임스 룬드버그(James Lundberg) 교수는 《스미스소니언매거진(Smithsonian magazine)》에 기고한 글에서 “그릴리는 오피니언 저널리즘이 상업적으로 성공할 수 있음을 보여준 개혁가”라고 평가했다. 이후 그릴리의 개혁적 조치에 자극받은 미국 신문들이 자연스럽게 오피니언을 통해 공적 사안의 시시비비를 가리는 ‘오피니언 저널리즘’을 발전시켰다. 뉴스 부문과 오피니언 부문이 서로 간섭하는 것을 금기시하는 전통도 이때 정착됐다.

## ■■ 건강한 오피니언 저널리즘을 위해

미국의 오피니언 저널리즘이 현재의 위기에서 벗어나려면 다양한 노력이 필요하다. 디지털 시대가



가속화하면서 신문산업의 추락은 계속될 것이다. 특히 지역 언론은 고사 위기에 처해있다. 국가적 차원의 대책이 나오거나, 시민들이 언론 살리기에 나서야 한다.

또 다른 과제는 신뢰 회복이다. 특히 2016년 미국 대선을 기점으로 진실보다 대중의 감정과 믿음이 여론에 더 큰 영향을 미치는 탈진실(Post-truth) 시대에 언론인들은 불신의 대상이다. 진실성과 공정성이 의심받는 것이다. 마음에 들지 않는 사람 또는 집단을 배척하는 현상을 일컫는 ‘캔슬 컬처(Cancel Culture)’가 확산하면서 언론이 부당한 공격을 받는 경우도 있지만, 언론 스스로도 신뢰 회복의 책임에서 자유로울 수 없다. 이런 점에서 최근 언론인들이 내부 개혁을 요구하고, 자성하는 점은 주목할 만하다.

2020년 7월, 월스트리트저널의 기자 300여 명은 발행인에게 편지를 보내 “오피니언 데스크가 사실 확인과 투명성 측면에서 크게 부족하다”고 질타했다. 당시 이 신문이 “코로나19 바이러스의 2차 확산은 없다”는 마이크 펜스(Mike Pence) 부통령의 칼럼을 실었는데, 이는 2차 확산이 이미 시작됐다고 보도한 다른 기사 내용과 맞지 않는다는 것이다. 필라델피아인콰이어러(The Philadelphia Inquirer) 신문은 2020년 경찰 폭력으로 사망한 조지 플로이드(George Floyd) 사건으로 촉발된 ‘흑인의 생명은 소중하다’ 시위가 미 전역에서 확산될 때, <빌딩도 중요하다>는 제목의 칼럼을 실었다. 시위로 빌딩 경관이 훼손되고 있다는 취지였지만, 사람 목숨과 빌딩을 동등하게 취급했다는 거센 비판에 직면했다. 기자들이 내부 개혁을 촉구했고, 이후 신문사가 “끔찍하게 잘못된(horribly wrong)’ 판단이었다”고 사과했다. 뉴욕타임스도 연방 군대를 동원해 흑인 시위를 진압해야 한다는 상원의원의 칼럼을 실었다가 후폭풍을 맞았고, 결국 사설면 책임자가 사임했다.

지난 7월, 노벨 경제학상을 받은 폴 크루그먼(Paul Krugman) 등 뉴욕타임스의 칼럼니스트 8명이 각각

**I Was Wrong About:** Inflation by Paul Krugman, AI Franken by Michelle Goldberg, Capitalism by David Brooks, The Power of Protest by Zeynep Tufekci, Trump Voters by Bret Stephens, Chinese Censorship by Thomas Friedman, Facebook by Farhad Manjoo, Mitt Romney by Gail Collins

I was wrong.  
I was wrong about inflation by Paul Krugman  
I was wrong about AI Franken by Michelle Goldberg  
I was wrong about capitalism by David Brooks  
I was wrong about the power of protest by Zeynep Tufekci  
I was wrong about Trump voters by Bret Stephens  
I was wrong about Chinese censorship by Thomas Friedman  
I was wrong about Facebook by Farhad Manjoo  
I was wrong about Mitt Romney by Gail Collins

뉴욕타임스는 지난 7월 <내가 틀렸다>는 주제로 칼럼니스트 8인의 반성을 실었다. <출처 - 뉴욕타임스 홈페이지 갈무리>

<내가 틀렸다(I Was Wrong About...)>는 제목으로 칼럼을 발행했다. 이전에 쓴 칼럼들에 틀린 예측과 나쁜 조언이 있었다는 이유로 사과한 것이다. 뉴욕타임스는 “칼럼니스트가 공개적으로 자아비판을 하는 게 쉽지 않았지만 잘못했을 때 그것을 인정하는 것이 얼마나 용감한 일인지를 보여주는 모델이 되고 싶었다”고 취지를 밝혔다. 이어 “우리는 선의의 지적 토론이 가능하다는 믿음을 여전히 갖고 있다”고 강조했다. 이 반성문은 뉴욕타임스에 대한 신뢰를 높이는 데 일조했다는 평가를 받는다.

언론인은 변화하는 세상을 직시해야 한다. 미디어가 넘쳐나고 누구나 할 말을 하는 시대다. 도처에서 전문가들이 소셜미디어를 통해 수준 높은 의견을 개진한다. 오피니언 페이지라고 과장된 주장, 주관적 왜곡, 거짓된 정보가 용인돼선 안 된다. 신문이 죽어가고, 저널리즘이 쇠퇴하고 있다는 한숨이 끊이지 않는 게 세계적 현실이다. 한국 언론에도 페니프레스의 상업적 성공이라는 유혹에 현혹되지 않고, 진실과 지성이란 저널리즘의 사명에 충실했던 호러스 그릴리의 개혁 정신이 절실하다. 진실 추구에 부합하지 않는 관행과 인식은 과감하게 물리쳐야 한다. 나아가 스스로가 편향성에 갇힌 채 건강한 토론을 막는 걸림돌이 아닌지도 돌아봐야 한다. ■