

건강한 자본과 언론

선량한 투자자는 없다

송해엽 / 군산대 미디어문화학과 조교수

자본을 외면한 저널리즘이 독아첨청할 수 있는 시대는 갔다. 이제 저널리즘은 새로운 디지털 뉴스 환경에 적합한 수익 모델을 모색하고, 뉴스 조직과 저널리즘의 공공성을 동시에 지켜내기 위해 고민해야 한다. 자본이 저널리즘의 미래를 결정하는 시대, 건강한 자본이 지켜낼 저널리즘을 기대해본다. 편집자 주

디지털 뉴스에 적합한 수익 모델이 없는 것은 아닐까? 올해 초 미국에서 저널리즘의 암울한 미래를 예상하게 만드는 일이 연달아 발생했다. 버즈피드의 조나 페레티(Jonah Peretti)는 전체 직원의 15%인 약 200명의 인력 감축을 알리며 향후 추가적인 자금 조달 없이 지속적으로 운영 가능한 기반을 마련해줄 변화라고 덧붙였다(Hatmaker, 2019). 버라이즌미디어그룹(Verizon Media Group)도 전체 직원의 7%인 800명의 인력을 감축했다. 버라이즌은 허핑턴포스트나 테크크런치를 보유한 AOL을 2004년 인수했고, 뉴스 기업들을 오쓰(Oath)라는 새로운 미디어 브랜드로 통합했다. 오쓰의 3분기 수익은 전년 대비 7% 하락했다(Fiegerman, 2019). 미국의 가장 큰 신문 발행 기업 개닛(Gannett)도 400명의 인력을 해고했다(Kelly, 2019). 연이어 발생한 대규모 인원 감축은 뉴스 기업이 축소되고 사라지는 최근의 미디어 분야 추세를 보여준다. 미국의 미디어 산업에서 올해 감축된

인원은 약 3,100명에 달하며, 2014년에서 2017년 사이 5,000개의 일자리가 시장에서 사라진 것으로 추정된다(Goggin, 2019).

인력 감축을 밝힌 버즈피드는 주목받는 뉴스 기업 중 하나다. 과거에 벤 톰슨(Ben Thompson)은 버즈피드를 세계에서 가장 중요한 뉴스 조직이라고 언급하며, 사람들이 공유할 수 있는 기사를 작성하는 것만으로도 수익을 올릴 수 있기 때문이라고 말했다. 그는 “세상은 훌륭한 저널리즘을 필요로 하지만, 훌륭한 저널리즘은 훌륭한 비즈니스 모델이 필요하다”고 말하며 버즈피드가 그것을 가지고 있다고 봤다(Thompson, 2015). 그렇다면 몇 년 사이에 버즈피드에 무슨 일이 발생한 것일까? 버즈피드는 브랜드를 위한 버즈피드 스타일의 기사를 작성해 수익을 창출했다. 이를 위해 콘텐츠를 사람들에게 널리 퍼뜨리는 것이 필요했고, 목표 달성을 위해 소셜미디어를 활용했다. 하지만 플랫폼 사업자의 지배력이 강화될수록 콘텐츠를 공급하는 개별 사업자의 힘은 약해질 수밖에 없다.

플랫폼 사업자의 권한이 강력해지고 소셜미디어 중심의 성장이 어려워지는 상황에서도 다양한 수익 모델을 보유하고 있는 버즈피드는 지난해 3억 달러(약 3,535억 5,000만 원)의 매출을 올렸고 전반적인 수익은 두 자릿수 증가했다(Patel, 2019). 인력 감축은 수



2013년 덴버포스트의 남은 직원 <출처 - 덴버포스트 홈페이지, <https://www.denverpost.com/2018/04/06/as-vultures-circle-the-denver-post-must-be-saved/>>

의 모델의 위기보다는 작년 초 공개한 매출 목표 3억 5,000만 달러(약 4,156억 6,000만 원)를 충족시키지 못했기 때문이라는 시각이 지배적이다. 이러한 사실은 단순한 수익 모델의 위기가 저널리즘의 유일한 문제는 아니라는 점을 보여준다. 저널리즘 분야는 인터넷으로 인한 비즈니스 모델 붕괴에 대해 오랜 시간 논의해왔다. 하지만 진정한 문제는 헤지펀드, 벤처 캐피털, 기술 기업의 이윤 추구로 인해 뉴스 조직이 붕괴하고 있다는 점일 수 있다. 예를 들면, 뉴욕에 본사를 둔 아덴 글로벌캐피털(Aden Global Capital)은 디지털퍼스트 미디어(Digital First Media)라는 경영회사를 통해 대도시 일간 신문을 포함한 100여 개 언론사를 소유하고 있다. 디지털퍼스트미디어는 덴버포스트(Denver Post)를 포함한 언론사 인원 감축을 통해 신문사 해체를 가속화했다(Farhi, 2018). 벤처 캐피털을 통해 자금을 투자받은 매셔블(Mashable)의 사례(Ingram, 2017)처럼 투자자가 원하는 만큼의 가치를 내지 못하는 경우 어려움을 겪기도 한다. 물론 비즈니스 모델이 없다면 저널리즘은 있을 수 없다. 그렇지만 헤지펀드나 벤처 캐피털로 인해 언론사가 겪게 된 어려움은 건강한 자본이 필요함을 보여준다. 그렇다면 뉴스 기업이 선택할 수 있는 자본 조달 방식에는 무엇이 있을까?

뉴스 비즈니스 모델의 실패

저널리즘에서 논의돼 왔던 비즈니스 모델은 크게 세 가지로 살펴볼 수 있다. 광고 모델, 유료 모델, 후원 모델이다. 광고는 오랜 시간 뉴스 비즈니스의 수익 모델이었으나 디지털 뉴스의 광고 시장은 플랫폼 사업자를 중심으로 돌아가고 있다. 특정 소비 시장에서 가치사슬은 공급, 유통, 소비자라는 세 가지 부분으로 이뤄져 있다. 이러한 시장에서 수익을 올리는 방법은 한 부분을 독점하거나 둘 혹은 셋을 통합하는 것이다. 신문은 제한된 지역 내에서 콘텐츠를 소비자에게 전달하는 유통수단을 통제하고 콘텐츠 제작과 통합을 통해 높은 수익을 거뒀다. 하지만 인터넷은 유통비용을 무료로 가깝게 만들면서 인터넷 이전 시대 기업이 공급과 통합을 통해 이익을 거두던 수단을 무효로 만들었다. 경쟁의 방식은 더 이상 독점적인 공급망을 가진 유통업체끼리의 경쟁이 아니다. 디지털 플랫폼 기업은 개별 뉴스 콘텐츠를 무한히 공급받으며 이용자를 통합하고 광고 수익을 독점한다. 광고에서 수익을 올릴 수 없게 된 뉴스 기업이 선택한 것이 유료 모델(paywall)이다. 유료 모델은 완전 유료화(full paid) 모델과 종량제(metered) 모델이다. 저널리스트 사이에서 기사는 자본이 투자돼 만들어진 상품으로, 기사를 무료로 이용한다는 것은 도둑질이라고 생각하는 경향이 있다. 이러한 관점에서 많은 저널리즘 종사자들은 저널리즘의 어두운 현실에 독자들도 일정 부분 책임이 있다고 주장한다. 미국의 탐사보도 전문 매체 마더존스(Mother Jones)의 편집장 클라라 제프리(Clara Jeffrey)는 일련의 대량 해고를 언급하며 저널리즘을 후원해달라고 했으며, 하버드 니먼랩(Nieman Lab)의 앤 마리 리핀스키(Ann Marie Lipinski)는 저녁에 마시는 술이 무료가

아닌 것처럼 저널리즘도 무료가 아니라고 말한다. 하지만 이러한 관점은 두 가지 측면에서 문제를 가지고 있다.

첫째, 소비자는 가치 있는 것에 돈을 지불한다. 즉, 일반적으로 소비자가 꾸준히 돈을 지불하는 경우는 특정 선호를 가지고 있을 때다. 예를 들면, 특정한 작가를 좋아하거나 특정 장르를 좋아하는 경우에만 구독자가 될 수 있다는 뜻이다. 반면 뉴스는 본질적으로 대중 매체이며 광범위한 독자를 확보해야 한다. 더욱 큰 문제는 광고 수익에 의존하던 뉴스 기업을 운영할 수 있을 만큼 유료 구독 수익을 확보하는 것이 불가능하다는 점이다. 소비자가 지불할 수 있는 금액은 제한된 반면에 점차 많은 비즈니스가 구독 기반의 모델을 채택하고 있다. 뉴욕타임스, 워싱턴포스트뿐만 아니라 넷플릭스, 훌루, ESPN+, HBO Go, 디즈니플러스 등이 소비자에게 직접 돈을 받는 수익 모델을 가지고 있다. 모든 서비스에 접근하는 비용이 많이 들기 때문에 일부만 구독하고 나머지는 불법으로 이용하는 고객이 증가하고 있다. 이는 구독 피로감이 일상화되는 현실을 보여준다(Bode, 2018).

둘째, 유료 모델에 의해 접근이 제한된 콘텐츠가 실제로 가격을 지불할 만큼 가치가 없는 경우가 많다. 콘텐츠 파이낸스 시대에 유료 정보는 무료로 접근할 수 있는 정보와 대부분 중복된다. 누구나 유료 모델을 시도하는 것은 과잉 시대에 인위적으로 희소성을 만들어내려는 시도다. 소비자 입장에서 지불할 가치가 있는 뉴스는 비용 감소를 가져올 수 있는 속보, 유일한 정보를 가지고 있는 경우, 높은 충성도나 품질을 가지는 경우에만 가능하다. 이러한 맥락에서 유료 모델을 통해 자본을 조달할 수 있는 뉴스 기업은 높은 브랜드나 충성도를 가지고 있는 뉴욕타임스, 테크 관련 독자를 대상으로 가치 있는 정보를 제공하는 디인포메이션(The Information), 빠른 정보를 제공하는 블룸버그 정도다.

후원이 저널리즘을 구원할 수 있는가?

재단을 통한 공적 자금 후원도 저널리즘이 선택할 수 있는 방안 중 하나다. 쇼렌스타인센터(Shorenstein Center)와 노스이스턴대(Northeastern University)가 연구한 결과(Nisbet, 2018)에 따르면 재단을 통한 후원은 저널리즘에 중요한 역할을 차지한다. 2010년부터 2015년 사이 6,500여 개 이상의 재단으로부터 받은 보조금 18억 달러(약 2조 1,213억 원)를 분석한 결과에 따르면 후원을 통해 혁신적인 프로젝트와 실험이 지속돼 왔다는 사실을 확인할 수 있었다. 하지만 세부 분석 결과를 살펴보면 보조금은 특정 언론사에 집중되고 고르게 분배되지 못하는 경향이 있었다. [그림] 비영리 뉴스 전문가와 관계자 30명에 대한 인터뷰 결과는 재단으로부터 받는 자선 후원 문화에 느끼는 좌절감을 보여준다(Schmidt, 2018). 프로퍼블리카(ProPublica)와 같은 선도적인 비영리 언론사는

“

**소비자가 지불할 수 있는 금액은
제한된 반면에 점차 많은 비즈니스가 구독
기반의 모델을 채택하고 있다. 뉴욕타임스,
워싱턴포스트뿐만 아니라 넷플릭스, 훌루,
ESPN+, HBO Go, 디즈니플러스 등이 모두
소비자에게 직접 돈을 받는 수익 모델을
가지고 있다.**

”

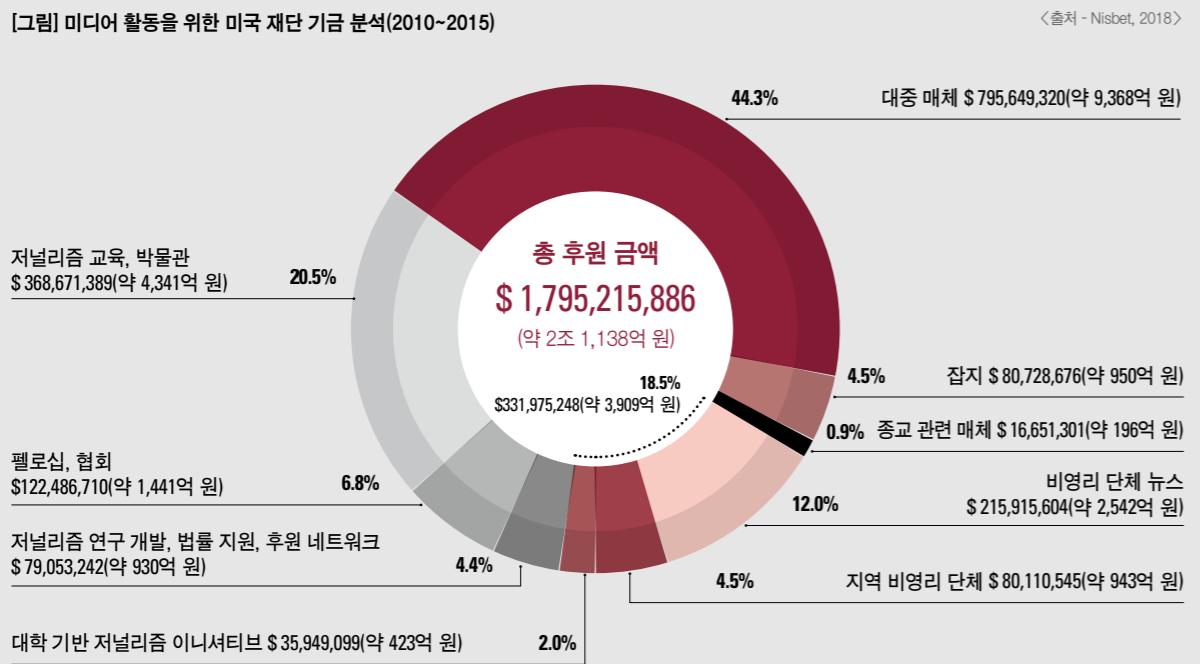
경쟁적인 후원 모금환경에서 많은 돈을 얻을 수 있으나, 다른 모든 저널리즘 조직이 이러한 방식으로 경쟁하는 것은 불가능하기 때문이다. 후원 재단은 위험을 피하고자 안정적인 조직에 더 많은 금액을 기부하는 경향이 있다.

재단의 종류는 독립재단, 가족재단, 지역사회재단, 공공자선단체, 기업 기부 프로그램과 같은 영역을 포함한다. 재단을 통한 자금 조달은 홀륭한 방법이지만 뉴스 조직을 운영하는 모든 비용을 재단 후원으로 충당하는 것은 불가능하다. 그렇기 때문에 부유한 개인을 통해 투자받는 것도 저널리즘을 위한 하나의 방식이 될 수 있다. 대표적인 사례가 위싱턴포스트의 제프 베조스(Jeff Bezos)다. 제프 베조스는 위싱턴포스트를 개인 비용으로 인수하고 혁신을 주도했으며 저널리스트에게 자유를 주었다. 마크 베니오프(Marc

Benioff)는 타임을 인수했고, 이베이 창업자 피에르 오미디아(Pierre Omidyar)는 더인터셉트(The Intercept)와 같은 언론사 창간을 후원했다. 하지만 선량한 투자자를 기대하는 것은 선량하고 유능한 독재자를 바라는 것과 다르지 않다. 저널리즘의 역사에서 부유한 개인이 언론사를 사적으로 소유하려고 한 시도는 여러 차례 있었다.

라스베이거스리뷰저널(LasVegas Review Journal)을 익명으로 인수했던 사람이 셸던 애델슨(Sheldon Adelson)이라는 사실이 밝혀진 사례가 대표적이다. 미국기자협회의 윤리강령은 투명성을 유지해야 한다는 조항을 명시하고 있으며, 이러한 점이 익명의 인수자와 배치됐다. 셸던 애델슨은 공화당에 정치자금을 후원하는 억만장자로 왜 신문을 비밀리에 인수했는지에 대한 많은 논쟁을 불러일으켰다. 이처

[그림] 미디어 활동을 위한 미국 재단 기금 분석(2010~2015)



럼 후원을 통한 방식도 뉴스 조직을 유지하기에는 적절하지 않을 수 있다. 선량한 억만장자 개인의 후원은 언론에 혁신과 자율성을 동시에 제공할 수는 있다. 하지만 뉴스가 추구해야만 하는 공공성을 유지해줄 수 있는지를 선량한 개인에게 맡기는 것은 위험한 선택이다.

공적 저널리즘을 위한 고민

저널리즘이 유지되기 위해서는 자본이 필요하다. 광고 모델이 무너진 상황에서 대안적인 수익 모델로 유료 구독 모델과 재단의 자금 후원과 같은 방식이 논의된다. 하지만 자본을 어떻게 조달할 것인지 생각하기에 앞서 저널리즘이 가지고 있는 가치에 대한 고민이 선행돼야 한다. 저널리즘이 공공재라 생각한다면 제한된 사람만 접근할 수 있는 유료 모델은 바람직하지 않다. 건강한 자본을 조달하려는 모든 노력은 언론이 공적 업무를 수행하지만 사적 이익도 추구해야 한다는 딜레마에서부터 비롯한다. 따라서 오늘날 언론은 이익을 우선시하는 경향을 가지고 있는 자본을 넘어 공공성을 확립하는 방안을 고민해야 한다. 유능한 저널리스트들이 해고되고 가치 있는 언론사가 어려움을 겪는 것은 가슴 아픈 일이지만, 현재도 영향력 있는 저널리즘을 무료로 제공하기 위한 다양한 방안이 꾸준히 모색되고 있다. 예를 들면, 팀 카모디(Tim Carmody)라는 프리랜서 저널리스트는 아마존에 관한 뉴스레터를 발매하며 무료와 유료 옵션을 제안했다(Cohen & Belanger, 2019). 일반적인 유료 모델과 차이라면 200명이 비용을 지불하면 뉴스 레터를 공개적으로 이용할 수 있도록 만들었다는 것이다. 카모디는 이런 모델을 공유지 해제(unlocking commons)라고 불렀다. 다른 상품에서 무임승차자

(free-rider)는 환영받지 못하지만 저널리즘 상품은 무임승차자를 필요로 한다. 자본은 저널리즘의 필수 요소지만 건강한 자본이 조달될 때 비로소 저널리즘이 중시하는 공공성을 유지할 수 있을 것이다. 이를 위한 방안을 찾는 것이 향후 저널리즘의 미래를 결정할 것이다. ■

참고문헌

- Bode, K., <The rise of Netflix competitors has pushed consumers back toward piracy>, 2018. October. 3, Vice. Retrieved from https://www.vice.com/en_us/article/d3q45v/bittorrent-usage-increases-netflix-streaming-sites
- Cohen, M. Belanger, C., <Journalism should be free>, 2019, Retrieved from <https://theoutline.com/post/7047/journalism-should-be-free?zd=2&zi=ibr4ys4>
- Farhi, P., <As a secretive hedge fund guts its newspapers, journalists are fighting back>, Washington Post, 2018. April. 13., Retrieved from https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/as-a-secretive-hedge-fund-guts-its-newspapers-journalists-are-fighting-back/2018/04/12/8926a45c-3c10-11e8-974f-acd97698cef_story.html
- Fiegerman, S., <Verizon to cut 7% of staff from media division>, CNN Business, 2019. January. 23., Retrieved from <https://edition.cnn.com/2019/01/23/tech/verizon-media-layoffs/index.html>
- Goggin, B., <3,100 people have lost their jobs so far this year in a media landslide>, Business Insider, 2019. July. 15., Retrieved from <https://www.businessinsider.com/2019-media-layoffs-job-cuts-at-buzzfeed-huffpost-vice-details-2019-2>
- Hatmaker, T., <BuzzFeed will cut its staff by 15% in major round of layoffs>, TechCrunch, 2019. January. 24., Retrieved from <https://techcrunch.com/2019/01/23/buzzfeed-layoffs-2019>
- Ingram, M., <Media's complicated relationship with VC funding>, Columbia Journalism Review, 2017. November. 27., Retrieved from <https://www.cjr.org/analysis/venture-capital-funding-vice-buzzfeed.php>
- Jones, T., <Gannett lays off journalists across the country>, Poynter, 2019. January. 23., Retrieved from <https://www.poynter.org/business-work/2019/gannett-lays-off-journalists-across-the-country>
- Kelly, K. J., <Gannett bloodbath claims as many as 400 jobs>, New York Post, 2019. January. 24., Retrieved from <https://nypost.com/2019/01/24/gannett-bloodbath-claims-as-many-as-400-jobs>
- Nisbet, M.-Wihbey, J.-Kristiansen, S.-Bajak A., <Funding the news: Foundations and nonprofit media>, 2018. June. 18., Retrieved from <https://shorensteincenter.org/funding-the-news-foundations-and-nonprofit-media>
- Patel, S., <For BuzzFeed's business, revenue growth but more competition and pressure to diversify>, Digiday, 2019. February. 1., Retrieved from <https://digiday.com/media/buzzfeed-has-moved-beyond-native-ads-ad-buyers-have-followed-suit>
- Schmidt, C., <A look at how foundations are helping the journalism industry stand up straight>, NiemanLab, 2018. June. 18., Retrieved from <https://www.niemanlab.org/2018/06/a-look-at-how-foundations-are-helping-the-journalism-industry-stand-up-straight/>
- Thompson, B., <Why BuzzFeed is the most important news organization in the world>, Stratechery, 2015. March. 3., Retrieved from <https://stratechery.com/2015/buzzfeed-important-news-organization-world>