

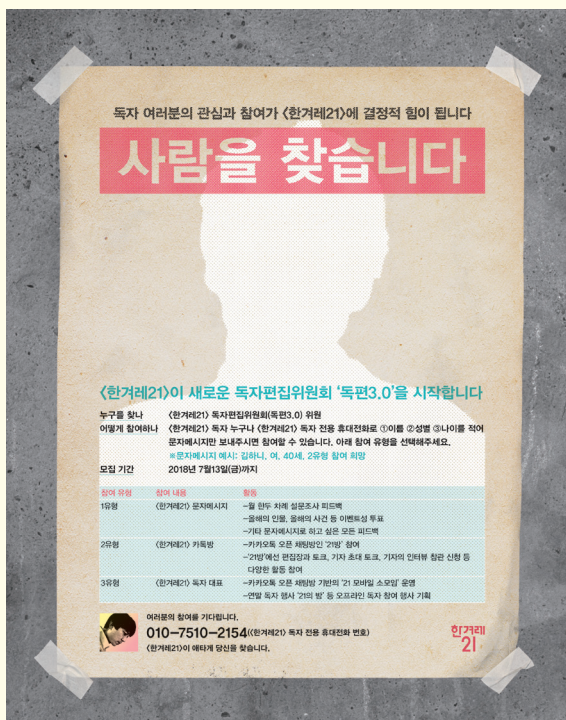
‘신뢰 회복’을 위한 언론사의 노력들①
:한겨레 ‘독편3.0’



관련 기사 보기

소통을 넘어 참여로, 독자가 편집 · 기획까지

류이근 / 한겨레21 편집장



‘독편3.0’ 시작을 알리며 독자편집위원에 참여할 독자를 모집하는 한겨레21 ‘사람을 찾습니다’ 광고(왼쪽)와 진행 상황 중간보고(오른쪽).

(출처·필자 제공)

11시에 시작된 회의는 늘 그렇듯 12시를 넘겨 끝났다. 7월 23일 월요일, 이날도 썸박한 표지 거리가 없었다. 그나마 다섯 쪽지로 나뉘 주제를 잡아 발제한 ‘을을 위한 법학’이 유력한 표지 후보였다. 오후에 기사를 발제한 이승준 기자, 전정운 팀장과 마주 앉아 아이디어를 더 가다듬

었다. 그리고 나서 이를 표지로 확정했다. 퇴근길 전철에서 페이스북 ‘눈팅’을 했다. 거의 모든 글이 이날 아침 스스로 숨을 거둔 노회찬 의원의 죽음에 애도하는 글이었다. 표지를 바꿔야겠다는 확신이 들었다. 아침 회의 때도 노회찬 의원 관련 발제가 두 건 정도 있었지만, 표지로 밀자는 얘기는 누구도



하지 않았다. 발제도 영성했다.

다음 날 이른 오전 팀장 회의를 소집해 급히 표지를 변경했다. 이견은 없었다. 그리고 오후 3시 21분, ‘한겨레21 독편3.0’이란 이름으로 개설된 카카오톡 단톡방에 들어갔다. 단톡방이 개설된 첫날이었다. “오늘 처음 인사드렸는데, 바로 독편님들께 의견을 구하고 싶습니다. (중략) 노회찬 의원의 서거를 다음 주 표지로 조금 전 결정했습니다. 어떤 기사들로 구성하면 좋을지 의견을 듣고 싶습니다. (중략) 내일 오전까지 의견 주시면 최대한 지면에 반영할 수 있도록 노력하겠습니다.” 진명선 기자가 ‘독편3.0’으로 명명한 새로운 독자 참여 저널리즘을 실험하는 역사적 순간이었다. 수십 건의 다양한 의견이 올라왔다. 그런데 의외인 게 하나 있었다. 대다수 독자가 정치자금법을 다뤄보면 어떠냐고 제안했다.

뿌리 깊은 ‘공급자 DNA’

사실 독자들의 제안은 내부에서 이미 논의됐다가 이른바 ‘킬(Kill)’된 의견이었다. 주무 기자의 반응이 신통치 않았다. 다른 이들의 호응도 미지근했다. 그래서 표지 기획안에 포함하지 않았다. 그런데 독자들의 생각은 달랐다.

“정치자금법 관련 사건들을 짚고, 한국 정치 구조상 죄 짓지 않으면 정치하기 어려운 상황을 깊이 있게 다뤄줬으면 합니다.”(꿈뚱뚱이)

“선거자금법이 과연 현실적으로 지킬 수 있는 법인지 (중략) 의문이 들었습니다.”(Qe)

읽다가 어느 순간 무릎을 탁 쳤다. 독자와 기자는 다르다는 너무나 자명한 명제를 다시금 떠올렸다. 독자가 읽고 싶은 기사와 기자가 쓰고 싶은 기사는 차이 나는 게 너무 당연하다. 머릿속으로는 알지만 취재하고 데스크킹을 보는 기자들은 이 사실을 대개 잊고 지낸다. 오랫동안 익숙한 방식대로 기사를 쓴다. 공급자 우선주의의 DNA가 뻗속 깊이 새겨져 있어서다. 소비자 우선주의를 내세우지 않는

기업이 없는 세상에서 언론은 여전히 다른 세상에 산다. 소비자 신뢰를 잃어버리면 하루아침에 기업이 문을 닫아야 하는 자본주의 시장에서 언론사는 독자와 시청자에 무감하다. 신경을 쓴다고 해도 시능에 그치기 일쑤다.

7월 24일 화요일, 단톡방에 올라온 독자들의 의견이 기사로 만들어져 다음 주 월요일부터 배달된 한겨레21 표지(제1223호, “나는 여기서 멈추지만...”)에 실렸다. 기사의 제목은 ‘노회찬 돌아면 정치자금법 개정 목소리’였다. 단톡방에서 표지 기사를 주제로 독자와 카톡을 나누지 않았다면 세상에 나와 빛을 보지 못했을 기사였다. 이름하여 독편3.0이 있어서 가능한 일이었다. 독편은 독자편집위원회의 줄임말이다. 독편은 이전에도 있었다. 독자 몇 명을 한 달에 한 번 정도 모아서 기사를 되짚어보기(Review)했다. 간헐적 독자 비평이었다. 사실 독자와 소통한다는 구색 맞추기에 가까웠다. 물론 이 또한 안 하는 것보다 나았다. 완전히 수동적인 ‘독편1.0’에 비해 진전된 것임에 틀림없다. 하지만 비평에 갇힌 ‘독편2.0’의 한계는 너무 뚜렷했다. 그래서 편집장이 바뀔 때마다 없었다가 만들기를 반복했다.

지난 4월 한겨레21 편집장을 맡은 뒤 한동안 중단된 독편을 부활시키고 싶었다. 하지만 막연했다. 이전과 어떻게 다른 독편을 만들지 구체안이 없었다. 그러던 어느 날 페이스북에 한겨레21 정기독자 커뮤니티가 있다는 것을 알았다. 처음엔 너무 기뻐다. 비공개 그룹인 이 커뮤니티-21cm-에 무려 728명의 멤버가 있었다. 숫자만 보면 놀라웠다. 이것만 잘 활용해도 독자와 제대로 소통할 수 있겠단 생각이 들었다. 그런데 금세 실망이 찾아왔다. “이번 주 PDF 파일을 받지 못했습니다. 확인 부탁드립니다”, “지난주 한겨레21이 배달되지 않았네요”처럼 주로 배송을 다시 요청하는 고객센터 기능을 하는 현실이었다. 활력을 불어넣고 싶어 알아봤더니 이미 구독을

중지한 멤버들도 있었다. 사실 정기독자 커뮤니티라고 보기 어려웠고 그마저도 빈사 상태였다. 그즈음 한겨레21 편집장 칼럼(‘만리재에서’)에서 독자와 약속했다. “독자와 끊어진 다리를 다시 잇기 위해 구체적으로 무엇을 어떻게 할지는 아직 논의 단계입니다. 먼저 희미하게나마 약속드릴 수 있는 건 ‘열린 편집국’을 지향하는 독자편집위원회의 부활, 독자면 강화, 정기독자 커뮤니티 활성화 등을 꼽을 수 있습니다. 독자와 기자가 얼굴을 맞대는 만남도 적극 추진하겠습니다.”

독자는 참여와 개방을 원한다

얼마 지나지 않아 한겨레21엔 ‘사람을 찾습니다’란 제목의 광고가 실렸다. 지난 6월의 일이다. 진명선 기자가 ‘독편3.0’으로 명명한 새로운 참여 저널리즘 실험이 닳을 올리는 순간이었다. 이를 알리는 기사에서 진명선 기자는 “독편3.0의 목적은 정기독자 참여를 콘텐츠 ‘사후’ 피드백에서 콘텐츠 제작 이전부터 이뤄지는 ‘사전’ 피드백으로 확장하는 것”이라고 밝혔다. 정기독자 전용 휴대폰이란 걸 만들어, 정기독자라면 누구나 문자한 통으로 참여할 수 있는 개방형 독편이었다. 200여 명이 참여했다.

독편3.0은 이전 독편의 단순한 부활에 그치지 않고 열린 편집국을 지향한다. 이는 독자와 끊어진 다리를 다시 잇기 위한 불가피한 선택이었다. 약화된 독자의 신뢰를 회복하려는 한겨레21의 작은 몸부림이다. 정기구독자 수가 해가 갈수록 줄어 들고 있다. 일간지에 비해 수익에서 광고 의존도는 낮고 구독료 비중은 높은 주간지의 특성상 정기구독자 수 감소는 치명적이다. 미디어 환경의 변화라는 외부 요인 탓만 할 수 없다. 독자의 신뢰 약화란 내부 요인을 빼놓고 설명할 수 없다.

독편3.0은 독자 신뢰 회복의 발판이자, 추락의

“정론직필을 통한 독자 신뢰 확보 공식은 이제 독자 참여와 소통 강화로 바뀌어야 한다. 기자와 독자가 협업하는 표지를 만들고, 독자도 직접 취재하고 기사를 쓴다. 이런 과정을 통해 독자의 신뢰가 한층 단단해질 것으로 본다. 콘텐츠의 경쟁력 또한 커질 것이다.”

저지선이다. 독편3.0을 통한 소통과 참여 확대는 계량할 수 없지만 독자의 신뢰를 키울 것이다. 폐쇄된 뉴스룸보다 개방된 뉴스룸이 독자로부터 더 큰 신뢰를 받는 건 자명한 일이다. 하지만 한국 언론의 현실은 여전히 폐쇄형 뉴스룸이 대부분이다. 독자는 여전히 수동적인 존재로 취급된다. 이는 보다 많은 참여와 개방을 원하는 독자의 요구와 충돌하면서 독자의 신뢰 하락을 부추긴다. 결국 구독자 감소로 이어진다.

9월 10일 현재 ‘한겨레21 독편3.0’라는 이름의 카카오톡 오픈채팅방에 70명이 넘는 독자들이 들어와 있다. 독편3.0의 세 가지 유형 중 2유형을 택한 이들이 모인 곳이다. 단톡방은 거의 매일 왁자지껄하다. 편집장의 일상도 달라졌다. 월요일 점심 전후 사진 한두 장을 단톡방에 올린다. 이번 호 표지가 어떻게 결정됐는지 알리는 작업이다. 전주 금요일 밤에 보통 세 개가량 되는 표지 이미지 후보를 띄운다. 이 가운데 어느 게 좋은지 의견을 묻는다. 간혹 독자 다수 의견과 뉴스룸 의견이 다를 때, 표지를 왜 다르게 결정했는지 설명할 때도 있다. 화요일에는 다음 호로 준비 중인 표지 주제를

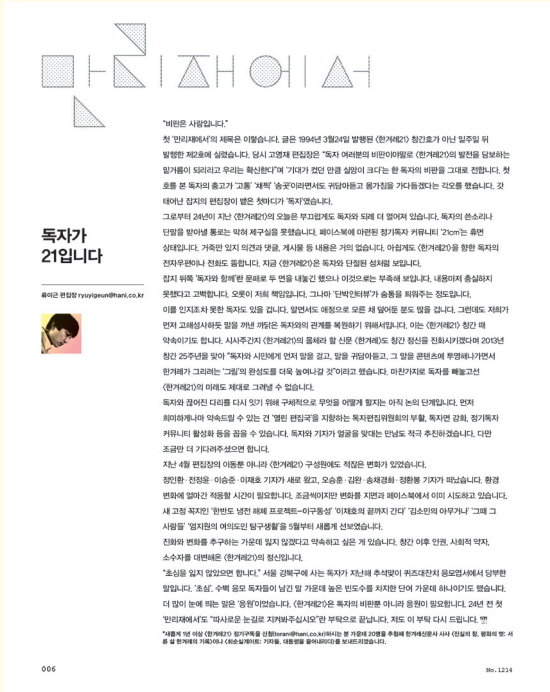
알리고 이에 대한 의견을 묻는다. 취합된 의견은 표지 기사를 쓰는 기자들이 회람한다. 기자들은 실제 기사 작성에 이를 참고한다. 가끔 독자 의견을 반영해 아예 새 쪽지를 준비해 쓰기도 한다. 수요일이나 목요일에는 지난 호에 대한 비평이 이뤄진다. 금요일에는 한겨레21 표지 후보 이미지를 복수로 준비해, 어떤 게 나은지 의견을 묻는다. 뉴스룸에서 겉표지를 최종 결정하는 데 중요한 참고 사항이다. 9월 첫 주부터 한겨레21 마감이 금요일에서 목요일로 바뀌었지만, 날짜만 하루 이틀 차이가 있을 뿐 편집장과 독자들의 수다는 비슷한 패턴으로 계속되고 있다.

독자가 쓴 표지 기사를 기다리며

뉴스룸과 독자의 실시간 채팅은 외국에서도 찾아볼 수 있다. 영국 일간 가디언이 그렇다. 오전에 짠 다음 날 치 기사 계획안 일부를 독자들에게 공개하고, 이에 대한 독자들의 의견과 제보를 받는다.

이러한 개방형 저널리즘은 가디언이 독자들로부터 신뢰를 받는 요인 가운데 하나다. 스웨덴 신문 노란(Norran)도 독자들과 실시간으로 온라인 채팅을 하면서, 매일 주요 기사의 방향에 대한 의견을 청취해 지면 제작에 반영한다. 정론직필을 통한 독자의 신뢰 확보 공식은 이제 독자 참여와 소통 강화로 바뀌어야 한다. 사실 한겨레신문도 2013년 창간 25주년을 맞아 “독자와 시민에게 먼저 말을 걸고, 말을 귀담아 듣고, 그 말을 콘텐츠에 투영해나가면서 한겨레가 그리려는 ‘그림’의 완성도를 더욱 높여나갈 것”이라고 다짐했다. 구체적 실행 방안의 하나로 뉴스 제작 과정에 수용자가 실시간으로 참여하는 ‘톡독하니’를 약속했다. ‘우리나라 언론사 최초로 고안한 소통 체제’란 화려한 수식어를 붙여서 독자와 시민에게 홍보했다. 하지만 ‘공약’에 그쳤다. 현실이란 장벽에 부딪혔다. 당시 이를 고안한 미래기획TF에 몸을 담근 참여자 가운데 한 명으로서 부끄러운 과거다. 한겨레21에서 지금 실행하고 있는 독편3.0은 그때 하려다 좌절된 ‘톡독하니’의 변형이라고 볼 수 있다. 독편3.0 실험은 처음 광고를 낼 때보다 더 빠른 속도로 진화하고 있다. 9월 첫 주 독편3.0 단톡방에 표지 이야기 공모제를 알렸다. ‘몇 달 내 한겨레21에서 표지 기사로 한 번 다뤘으면 하는 주제’를 모집했다. 스무 명이 넘는 독자가 의견 수십 개를 내놨다. 뉴스룸에서 토론을 거쳐 최소 한 개를 선정할 예정이다. 이를 다시 독편3.0 독자들에게 알려 표지를 어떻게 쓰면 좋을지 의견을 묻고 기자와 독자가 협업하는 표지를 만들 계획이다. 독자도 직접 취재하고 기사를 쓴다. 이런 과정을 통해 한겨레21 브랜드에 대한 독자의 신뢰가 한층 단단해질 것으로 본다. 콘텐츠의 경쟁력 또한 커질 것이다.

독편3.0 실험은 여기서 멈추지 않는다. 전인미답의 ‘독자 참여 저널리즘’을 향해 계속 진화해나갈 것이다. 그 끝은 모르지만 설레는 여정이다. 📖



필자가 한겨레21 편집장을 맡은 뒤 ‘독자와의 소통과 만남’을 약속한 칼럼 ‘만리재에서’.〈출처: 필자 제공〉