

특별대담 내용

마틴 배런 / 前 워싱턴포스트스 편집국장
이소정 / KBS 뉴스 9 앵커



※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q1.

워싱턴 포스트는 빅테크 기업가가 소유한 독특한 언론사다. 제프 베조스가 인수한 이후로 포스트 뉴스룸에는 어떤 변화가 있었는지 먼저 묻고 싶다. 워싱턴포스트가 아마존으로부터 어떤 재정적 혹은 기술적 도움(CMS나 클라우드 등)을 받고 있는지, 뉴스룸의 독립성을 유지하는 데에는 큰 문제가 없었는지?

A1.

제프 베조스가 워싱턴 포스트를 인수한 것은 전적으로 개인적인 투자였다. 워싱턴 포스트는 아마존과 아무런 관련이 없으며, 그 어떤 재정적, 기술적 지원도 받지 않는다. 다만 워싱턴 포스트는 아마존과 별도의 사업 계약을 체결해 아마존의 클라우드 서비스를 이용하고 있고, 아마존 파이어 태블릿의 기본 서비스로 제공되기도 했다. 워싱턴 포스트는 자체 개발한 CMS를 사용하고 있으며, ARC로 알려진 사업 부문을 통해 자체 개발한 광고 및 편집 기술을 선보이고 있다.

워싱턴 포스트의 독립성을 유지하는 데에는 어려움이 없었다. 베조스는 단 한 번도 뉴스룸에서 하는 일에 간섭한 적이 없다. 기삿거리를 제시하거나, 기사를 억압, 비판, 비평한 때도 없다. 처음부터 우리는 다른 기업이나 CEO를 취재할 때와 동일한 자세로 아마존과 베조스를 취재할 것임을 분명히 했고, 실제로 그 약속을 지키고 있다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q2.

한국에서는 최근 건설회사들이 신문사를 인수하는 케이스가 늘고 있다. 뉴스룸의 독립성에 대한 우려가 제기되기도 하는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하나? 혹은 포스트의 경험에 비춰볼 때 모기업으로부터 뉴스룸이 독립성을 확보하는 방안이 있나? 뉴스룸 리더의 역할이 중요하다고 생각하는데 어떻게 생각하나?

A2.

한국의 상황에 대해서는 잘 모르겠지만, 회사가 뉴스룸의 독립성을 보장하지 않는다는 것은 무언가 문제가 있다는 뜻이다. 장기적으로 보면 해당 기업이 신뢰할 수 있고 독립적인 정보를 제공할 것이란 믿음은 훼손될 수밖에 없다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q3.

보스턴글로브의 '스포츠라이트'팀이 아동성추행 스캔들을 밝혀낼 수 있었던 것은 당신의 활약 때문이기도 하다. 즉, '언론다움'을 잃지 말자면서 외부의 압력과 비난에 굴하지 않고 기자들을 독려해 후속 보도를 이어가게 한 것으로 안다. 당신에게 '언론다움'이란 어떤 것이고, 그러한 리더십은 어떻게 가능한 것인가?

A3.

내가 생각하는 언론다움은 일반 대중이 민주주의 사회에 적극적으로 참여하기 위해 필요로 하고 또 마땅히 알아야 하는 정보를 제공하는 것이다. 개별적인 사실을 수집하는 것만으로는 부족하며 맥락을 함께 제공할 수 있어야 한다. 권력을 쥐고 있는 기관과 개인의 책임을 강화하는 것이 언론의 핵심 임무라고 생각한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q4.

비즈니스 모델의 붕괴, 저널리즘 작업 환경의 변화, 저널리즘 직업의 위축 등으로 많은 나라에서 수많은 저널리스트가 이 직업을 떠났다. 그런데, 당신이 부임한 이후 워싱턴포스트의 기자 수는 엄청나게 늘어난 것으로 알고 있다. 그것이 어떻게 가능했는지 궁금하다.

A4.

베조스는 워싱턴 포스트의 실패하는 전략을 성공하는 전략으로 바꿔놓았고, 이것이 좋은 결과로 이어졌다고 생각한다. 하나의 지역신문이었던 워싱턴 포스트는 미국 전역을 넘어 전 세계에 뉴스를 전달하는 언론사가 됐는데, 우리가 이 과감한 전략을 성공적으로 이행할 수 있었던 데는 여러 이유가 있다고 생각한다. 우선 워싱턴 포스트는 전국적, 세계적인 언론사에 이상적인 환경을 제공하는 미국 수도에 자리 잡고 있다. ‘워싱턴 포스트’라는 이름도 미국 전체와 전세계로 얼마든지 확장할 수 있다. 아울러 워터게이트 사건 이후 우수한 탐사보도로 명성을 쌓아온 워싱턴 포스트는 우리 신문을 단 한 번도 읽어보지 않은 미국인에게도 익숙한 특별한 정체성을 지닌다. 미국 전역과 세계를 무대로 활동하는 매체가 되기 위해서는 진정한 의미의 디지털화가 필요하고, 여기에는 여러 요소가 개입한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q5.

저널리즘에서 게이트 키퍼 역할의 붕괴, 가짜뉴스, 클릭의 시대... 이러한 시대에 언론의 역할은 무엇일까? 그리고 이러한 미디어 환경 변화 속에서 필요한 리더십은 무엇이라고 생각하나?

A5.

내가 생각하는 언론의 역할은 앞에서 설명했다. 언론이 디지털 방식의 정보 전달을 추구하는 과정에서 리더는 언론의 핵심 가치에 충실해야 한다. 즉, 혁신을 포용하고 성공적인 디지털 전환을 위해 조직 구성원들의 변화를 부추기면서도 양질의 보도에 대한 집념을 잃지 말아야 한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q6.

몇 년 전부터 전 세계적인 문제로 대두된 것이 바로 ‘허위 정보’에 대한 것이다. 미디어, 나아가 저널리즘에 대한 신뢰를 무너뜨리고 있다는 점에서 언론 분야에서는 더 심각한 문제로 받아들여질 수 있다. 허위 정보를 해결하기 위한 방안이 있을까? 허위정보 혹은 잘못된 정보에 대한 워싱턴포스트의 대응은 무엇이었나?

A6.

우리는 기사 내용을 뒷받침할 수 있는 증거를 최대한 많이 제공하려 한다. 예를 들어 기사에서 법정 문서를 언급한 경우 해당 문서의 전문을 함께 제공하고 기사와 관련된 부분에는 주석을 달아 강조하는 식이다. 어떤 사건을 재구성하는 경우에는 텍스트와 함께 현장에서 얻은 영상이나 음성 자료를 함께 제공한다. 독자들에게 우리가 보도하는 내용이 사실임을 무조건 믿어달라고 강요할 순 없다. 그래서 우리는 독자가 직접 보고 읽을 수 있는 증거를 함께 제시하려 한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q7.

디지털 모바일 혁명으로 독자들은 점점 더 신문이 아닌 디지털 매체로 이동하고 있다. 이런 변화에 발맞춰 디지털 퍼스트 전략을 구사하는 기성 언론사들이 늘고 있지만 대부분 획기적인 성과를 거두지는 못하는 듯 하다. 반면, 워싱턴 포스트는 2018년 디지털 구독자 9천만명을 기록했다. 그것이 가능했던 요인은 무엇인가?

A7.

사실 워싱턴 포스트의 월별 디지털 구독자 수는 최근 몇 년 사이 1억 명을 한참 넘어섰다. 일단 디지털 보도가 무엇을 의미하는지 이해할 필요가 있다고 생각한다. 단순히 지면 기사를 웹사이트에 올린다고 해서 디지털 보도가 되는 것은 아니다. 인터넷은 완전히 다른 매체로 색다른 형태의 이야기 전달 방식이 필요하다는 점을 인식할 필요가 있다. 격식에 얽매이지 않고 쉽게 접근 가능할 수 있어야 하며 영상, 음성, 애니메이션, 주석, 인터랙티브 그래픽 등 현존하는 여러 도구를 효과적으로 접목할 수 있어야 한다. 이야기를 전달하는 방식이 달라져야 한다는 의미다. 하나의 이야기에 이 모든 도구가 한꺼번에 접목될 수도 있다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q8.

온라인에서 뉴스 정보의 수익은 클릭을 통해서 이루어진다. 많은 언론매체가 클릭 경쟁에 나서고 있다. 클릭 경쟁에 내몰리다보면 저널리즘의 품질은 낮아질 수밖에 없다. 저널리즘의 원칙과 클릭의 요구 사이에서 균형을 찾을 수 있는 지? 이러한 문제를 고민하는 젊은 저널리스트에 들려주고 싶은 말이 있다면?

A8.

저널리즘의 품질이 반드시 낮아진다고 할 순 없지만, 저널리즘의 본질과 이야기의 구성은 달라질 것으로 보인다. 종이 신문으로 많은 유산을 남긴 미국 언론사 대부분은 이미 정기구독 방식의 사업 모델로 옮겨가고 있는데, 훌륭한 탐사 보도와 이야기에 대한 깊이 있는 설명, 다양한 논설을 제공하는 매체가 구독자의 선택을 받는다. 클릭이 전부는 아니다. 이는 그저 하나의 근거 없는 믿음이라고 생각한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q9.

디지털 시대에는 ‘문화의 변화’가 필요한 것 같다. 저널리즘의 원칙을 지키면서 언론의 신뢰를 높이려면 언론인들이 의욕적으로 새로운 시도를 할 수 있도록 조직 문화의 변화가 필요할 것 같다. 디지털 시대에 뉴스룸 문화가 어떻게 변화해야 한다고 보나? 이러한 문화를 바꾸기 위해서는 어떤 리더십이 필요하다고 생각하나?

A9.

이야기를 전달하는 방식에 대한 변화를 포용할 수 있는 문화가 필요하다. 이야기를 더 시각적으로 전달하는 방법이나 인터랙티브 그래픽을 활용해 이야기 속 정보를 더 보기 쉽게 제시하는 방안에 대한 고민이 필요하다. 콘텐츠뿐만 아니라 배포 방법 차원에서도 우리가 제공하는 언론 서비스가 독자의 요구를 충족하는지도 살펴야 한다. 이때 리더는 독자의 몰입을 유도하고 모바일 기기에서 원활히 작동하는 강력한 이야기 전달 방식을 장려하는 자세를 가져야 한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q10.

한국의 많은 언론사들은 조직의 디지털 역량강화를 위해 애쓰고 있다. 디지털 영역에서 필요한 리더십이 있다면 본인의 경험을 중심으로 이야기 해 달라.

A10.

질문을 정확히 이해한 것인지 모르겠지만, 우리에게 필요한 리더십에 관해서는 앞에서 이미 대답했다고 생각한다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q11.

MZ세대의 부상, 젠더 이슈의 중요성과 더불어 다양성을 포용하고 함께 성장하는 조직문화에 대한 관심이 언론계에서도 커지는 듯 하다. 실제로 한국 사회도 그렇지만 언론계 내에서도 젠더와 세대간 이견, 혹은 갈등이 존재한다. 워싱턴 포스트 내에서도 이런 갈등이 존재했는지, 그리고 갈등이 있다면 이 문제를 어떻게 해결하고 있는지? 워싱턴포스트는 조직문화에서 다양성을 구현하기 위해 어떤 시도를 했는지 궁금하다.

A11.

세대 간 격차는 과거에도 있었고 현재도 존재한다. 워싱턴 포스트는 아주 오래전부터 임직원 다양성을 적극적으로 추구했고, 집중적인 채용을 통해 이를 달성하고 있다. 임직원 다양성을 추구하는 것은 올바른 뿐만 아니라 스마트한 선택이라고 생각한다. 임직원 다양성이 높은 조직은 기존에는 발견하지 못했을 이야기를 찾아내 올바른 맥락 안에서 민감하게 전달할 수 있는 능력을 갖추고 있다.

※ 본 내용은 특별대담을 위해 사전에 마틴 배런 전 편집국장님께 받은 답변입니다.

Q12.

마지막으로 진지한 저널리즘, 퀄리티 저널리즘의 미래가 있을까? 이를 위한 리더의 역할, 리더가 지녀야 할 자질과 품성은 무엇이라고 생각하나?

A12.

진지한 저널리즘에는 당연히 미래가 있다고 생각한다. 아니, 진지한 저널리즘이 미래라고 생각한다. 리더십에 관해서는 앞서 답변한 내용을 참고하길 바란다.