



## 공존공생이 만난 협동조합(2)

### 이제까지 보지 못한 새로운 언론, 프레시안협동조합 ●●●

2013.07.15 | 이수연\_ 새사연 연구원 | soo@saesayon.org

“아직 혼란스럽기는 하지만,  
한 번도 보지 않은 언론이 시작된다고 생각해주세요. ....  
프레시안협동조합이 또 한 번의 새로운 언론을 만들어가겠습니다 ”

‘공존공생’은 더불어 사는 삶을 지향하며, 협동조합에 관한 이야기를 소개하는 팟캐스트입니다. 미디어콘텐츠창작자협동조합(MCCC)이 제작하고, 새로운사회를여는연구원의 이수연 연구원과 한겨레 신문의 박기용 기자가 진행자로 참여하고 있습니다. ‘현장 보고서 - 공존공생이 만난 협동조합’은 팟캐스트 ‘공존공생’을 통해 만나본 협동조합과 사람들의 이야기를 글로 전해드립니다.

“작년 여름, 더운 날씨만큼이나 뜨거운 이슈였던 MBC 파업을 기억하시나요? 방송문화진흥위원회와 정수장학회 등 MBC 대주주들이 공영방송의 운영을 쥐락펴락하면서 편파왜곡 보도로 MBC의 보도기능을 기형적으로 만들었고, 이에 저항하는 노동자들을 해고하고 징계하면서 파업이 시작되었죠. 2월에 시작된 파업은 170여일을 지나 7월에서야 정상화되었습니다.”

“뿐만 아니라 부산일보 역시 정수장학회라는 대주주에 의해 편집권이 침해당하면서 지난 해 8월 파업에 들어가기도 했습니다. 이러한 일련의 상황에는 여러 가지 요인이 있겠지만 대표적인 요인은 주주들이 언론을 좌지우지했기 때문입니다. 협동조합 기본법 발효 이후, 이런 언론에 대한 자본의 간섭을 막고 편집권의 완전한 독립을 위해 협동조합으로 전환하거나 새롭게 협동조합으로 창립되는 언론사들이 생겨나고 있습니다.”

-2013년 6월 9일 ‘공존공생’ 제2회 중 -

승자독식의 신자유주의에서 벗어나 신뢰와 협동으로 함께 살아가는 사회, 새사연이 그리는 미래입니다.

더 큰 걸음으로 움직이고 성장하는 새사연, 이제 여러분이 회원이 되어 함께 해주세요.



## 주식회사에서 협동조합으로

공존공생 팟캐스트 두 번째 손님으로 인터넷 언론 <프레스이안>의 이대희 기사를 만나보았다. 주식회사였던 <프레스이안>이 최근 협동조합으로 전환했기 때문이다. 이대희 기사는 협동조합팀장을 맡아 프레스이안 협동조합이 탄생하고 자리잡아 가는 과정을 책임지는 막중한 역할을 하고 있었다.

<프레스이안>은 규모가 크지는 않지만 나름의 색깔을 명확하게 갖고 있는 언론사 중 하나이다. '관점이 있는 뉴스' 라는 기치 아래 깊이 있는 기사, 심층적 분석, 전문성 있는 외부필진의 글을 제공한다는 점을 특징으로 꼽을 수 있다. 2001년 창립되어 약 13년간 자신의 색깔을 만들며 대표적인 인터넷 언론 중 하나로서 자리를 잡아왔다.

그리고 최근 또 다른 자신만의 색깔을 만들어가기 위한 실험을 시작했다. 주식회사 <프레스이안>을 프레스이안 협동조합으로 바꾸기로 결정한 것이다. 왜 그런 결정을 내렸을까? 이대희 기사는 당면해서는 경영상의 어려움 때문이고, 근본적으로는 언론사에 걸 맞는 지배구조 확보를 위해서라고 설명했다.

언론사의 수입은 크게 구독료와 광고료로 이루어지는데, 둘 중 광고료의 비중이 월등하게 큰 것이 현실이다. 특히 인터넷 언론은 돈을 내지 않아도 볼 수 있도록 온라인상에 공개되어 있기 때문에 독자 입장에서는 굳이 구독료를 납부할 이유가 없다. 그러다보니 광고를 받지 못하게 되면 재정난에 처하게 되고, 광고를 받기 위해 기사의 방향이 달라지는 문제가 발생할 수밖에 없다. 구독료와 광고료로 운영되기 힘들다면 자금이 풍부한 사주를 만나는 것도 또 하나의 방법이다. 하지만 역시 사주의 영향에 기사의 방향이 달라질 수 있다는 점이 문제가 된다. <프레스이안>이 결국 협동조합이라는 대안을 선택한 것도 이런 상황들을 모두 고려한 끝에 내린 결론이었다.

## 두 가지 문제, 안정적 경영과 편집권 독립

2007년 노무현 정권 말기 한미 FTA가 한참 추진되던 시절, <프레스이안>은 한미 FTA에 대해 비판적인 기사를 보도하고 있었으나 동시에 한미 FTA를 옹호하는 정부의 광고를 싣게 되었다. 그러자 독자들 사이에서 비판의 목소리가 나오기 시작했다. 결국 한미 FTA 홍보 광고는 실지 않기로 결정했다. 대신 재정문제를 해결하기 위해 자발적 유료독자 모집을 시작했다. 그렇게 프레스이안이라 불리는 3000명의 유료독자들이 탄생했다. 이미 유료독자가 존재하고 있었다는 점은 협동조합으로 전환하는데 디딤돌로 작용했을 것이다.



2009년에는 포털사이트 네이버가 뉴스 캐스트 시스템을 도입하면서, 기사 제목을 보고 <프레스리안>에 접속하는 독자들이 늘어났다. 이 덕분에 트래픽 숫자가 늘어나는 만큼 광고 단가가 올라가 재정에 많은 도움이 되었다고 한다. 하지만 이 역시도 장기적인 대책은 될 수 없었는데 네이버의 뉴스 시스템이 바뀌기도 했을 뿐 아니라, 트래픽에 신경쓰다 보면 기사의 방향에 영향을 줄 수밖에 없기 때문이다.

계속되는 경영상의 부침 속에서 2012년 한 기업체로부터 인수제의를 들어왔고, 꽤 구체적으로 이야기가 오갔다고 한다. 든든한 사주가 생긴다면 재정도 안정적으로 유지되고, 기자들 월급도 오를 수 있다. 하지만 <프레스리안> 기자들은 그에 앞서 언론사로서의 정체성이 지켜질 것인지 고민했다고 한다. 사주 혹은 대주주가 어떤 사람이냐에 따라 기사도 영향을 받을 수밖에 없다는 것을 잘 알고 있었기 때문이다. 이명박 정권에서 MBC, 부산일보 등이 사주와의 마찰로 파업을 호되게 겪었고, 이데일리와 국민일보 등도 같은 문제를 겪고 있다는 것을 알고 있기 때문이다. 결국 인수 제의를 거절하고, 2012년 말부터 협동조합에 대한 고민을 시작했다고 한다. 마침 그 때 협동조합 기본법이 통과되면서 새로운 가능성의 하나로 협동조합을 염두에 둘 수 있게 되었다.

2013년 4월부터 본격적으로 기존 주주들이 협동조합으로 전환할 것을 두고 논의를 시작했고, 약 한 달간의 논의 끝에 5월 3일 주주총회에서 전환을 결정했다. 이후 6월 1일 협동조합으로서의 창립총회를 열었으며, 7월 4일 서울시로부터 설립인가 필증을 받아 정식 협동조합이 되었다. 본격적인 논의를 시작한지 3개월 만에 협동조합 설립을 마친 셈이다. 주식회사에서 협동조합으로 전환하는 경우 기존 주주들이 자신들의 이익을 일정 정도 포기해야 한다는 점에서 합의가 힘들 수도 있는데, 다행히도 <프레스리안>은 그런 문제는 겪지 않았다고 한다. 기존 주주들이 수익을 얻기 위한 목적으로 <프레스리안>의 주식을 소유하고 있었던 것은 아니었기 때문에 가능했다. 이로써 주식회사에서 협동조합으로 전환한 최초의 국내 언론사 프레스리안협동조합이 탄생하게 되었다.

협동조합팀장으로서 전환과정을 전담한 이대희 기자는 그간의 작업들이 만만치 않다는 점을 강조했다. 특히 각종 행정적, 실무적 문제들을 처리하는 일이 말처럼 간단하지 않다고 이야기했다. 기존 법인의 협동조합 전환을 수월하게 하기 위해 기존 법인의 청산 절차를 거치지 않아도 바로 협동조합을 설립할 수 있도록 해주고, 사업자 등록번호만 바뀔 뿐 기존의 법인격을 그대로 이어간다는 것을 인정해주고 있음에도 불구하고 어려움이 많다고 한다. 법인이 바뀌면서 각종 거래와 계약들을 모두 다시 해야 하고, 그러다보면 협동조합으로서 출발하는 시간도 지체될 수밖에 없다고 한다. 이런 것들은 매우 실무적인 문제이기는 하나 또 그만큼 실질적인 문제이기도 할 것이다.



## 독자와 기자가 함께하는 협동조합

프레스이안협동조합은 다중이해관계자협동조합이다. 소비자(독자) 조합원과 직원(기자) 조합원으로 나뉜다. 소비자 조합원의 출자금은 3만 원 이상이고, 매월 1만 원의 회비를 낸다. 직원 조합원의 출자금은 300만 원 이상이다. 소비자 조합원과 직원 조합원 간의 출자금 액수가 다르지만, 당연히 의결권은 1인 1표로 등등하다. 현재 약 4000여 명의 소비자 조합원과 30명의 직원 조합원이 존재한다. 이사는 10명으로 소비자 조합원에서 5명, 직원 조합원에서 5명이 선출된다.

협동조합으로서의 전환을 통해서 이루려는 목표는 우선 안정적 재정 확보일 것이다. 현재 재정에서 광고비가 80%의 비중을 차지하는데, 조합원들의 출자금과 회비를 바탕으로 이를 줄여나갈 생각이라고 한다. 더 나아가서는 안정적 재정을 바탕으로 '관점이 있는 뉴스' 라는 원래의 가치를 실현하는 것이 목표이다. 구체적으로는 정치와 자본의 권력에서 자유롭고, 생명, 평화, 평등, 협동의 가치에 입각하여 깊이있는 뉴스를 제공하고, 뉴스 공동체를 만들겠다는 것을 내세우고 있다.

언론은 공공재이다. 시장에서 가격에 따라 생산되고 소비되는 성질의 상품이 아니다. 돈을 내지 않아도 소비할 수 있다는 점에서 그렇고, 언론이 미치는 영향은 전 사회적이 라는 점에서도 그렇다. 그런 점에서 다수의 조합원이 언론의 주인이 되는 협동조합의 형식은 공공재를 지키는 유용한 방식이다.

언론협동조합으로 가장 잘 알려져 있는 것이 해외의 AP통신이다. AP통신은 뉴스를 제작해 다른 신문사나 방송 등에 제공하는 통신사이다. 세계의 대표적인 통신사 중 하나인 AP통신은 미국 내 1,400여개의 신문, 방송, 잡지사가 조합원으로 참여하여 공동으로 취재하고 뉴스를 제공받는다. 1948년 결성되었는데, 당시 미국에 입항하는 선박에게서 유럽의 소식을 얻기 위해 조직한 '항구뉴스협회(Harbor News Associated)'가 전신이다. 같은 뉴스를 얻기 위해 각자 따로 비용을 지불하는 일이 소모적이라는 사실을 깨닫고 공동취재를 위해 협동조합을 결성한 것이다. AP통신처럼 언론사들이 조합원으로 참여하거나 기자들이 조합원으로서 언론사를 구성하는 협동조합의 사례는 해외에 이미 많이 있다. 이들은 모두 생산자협동조합 혹은 노동자협동조합의 형태로 조합원들의 역할과 목표가 단일하다.

## 협동조합기본법과의 충돌, 조합원에게만 기사 제공 가능

하지만 프레스이안협동조합의 경우 독자와 기자라는 서로 다른 역할을 가진 조합원 부류가 존재한다. 좋은 언론을 만들겠다는 점에서 동일한 목표를 가지고 있겠지만, 기사의



소비자와 생산자로서 서로 역할이 다르다보니 이해관계도 달라질 수 있다. 이렇게 독자까지 포함하여 언론협동조합을 꾸린 경우는 흔치 않은 사례이다. 그런 만큼 새롭게 고민해야 할 지점들이 많다.

먼저 협동조합 기본법과 충돌하는 부분이 있었다고 한다. 현재 협동조합 기본법에서는 협동조합의 사업은 조합원에게만 배타적으로 제공하도록 되어 있다. 대통령령으로 몇 가지 예외조항<sup>1)</sup>을 정해두기는 했지만 원칙적으로는 그렇다. 따라서 프레시안협동조합의 경우 조합원에게만 기사를 제공해야 한다. 조합원이 아닌 일반 독자들에게 기사를 제공하기 위해서는 모든 기사를 견본품으로 지정하는 조항은 우스운 방안을 찾아야만 했다. 모든 이대희 기사는 현실적으로 이렇게 완벽히 배타적으로 사업을 실시하는 협동조합이 있는지 의문이라고 했다.

물론 일반 독자와 달리 소비자 조합원만을 위한 서비스도 준비되어 있다. 맞춤형 뉴스 서비스로 ‘주간 프레시안 뷰’를 발행하고 있다. 정치, 경제, 국제, 생태, 한반도 등의 분야에서 전문가들이 한주 간의 뉴스를 해설해주는 일종의 온라인 주간지이다. 관점이 있고, 깊이 있는 뉴스를 제공하겠다는 목표에 부합하면서 협동조합 언론이 내놓는 기사는 콘텐츠는 이렇게 다르다는 것을 보여주하고자 한다.

## 유료독자와 소비자 조합원의 차이는?

다음으로 드는 고민은 소비자 조합원이 유료독자와 어떻게 다를까라는 질문이다. 사실 겉보기에는 별 차이가 없어 보이는데, 그렇다면 굳이 복잡한 절차를 거치면서 협동조합을 만드는 대신에 유료독자 확대 캠페인을 펼치는 것이 낫지 않을까? 물론 소비자 조합원은 유료독자와는 달리 프레시안협동조합의 주인으로서 더 큰 책임감을 갖고, 운영방향에 대한 결정권을 가진다. 하지만 과연 현실적으로 그러한 차이가 드러날 수 있을까? 독자인 소비자 조합원들이 얼마나 운영에 참여할 수 있을까? 독자가 조합원으로서 운영

- 1) 협동조합 기본법 제46조제2항에 따라 협동조합이 조합원이 아닌 자에게 그 사업을 이용하게 할 수 있는 경우는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우로 한다.
  1. 협동조합이 재고로 보유하고 있는 물품으로서 부패 또는 변질의 우려가 있어 즉시 유통되지 아니하면 제품의 품질을 유지하기 어려운 물품을 처리하기 위한 경우
  2. 조합원으로 가입하도록 홍보하기 위하여 견본품을 유상 또는 무상으로 공급하는 경우. 다만, 협동조합이 「사회서비스 이용 및 이용권 관리에 관한 법률」 제2조제4호에 따른 사회서비스 제공자인 경우는 제외한다.
  3. 공공기관·사회단체 등이 공익을 목적으로 주최하는 행사에 참여하는 경우
  4. 협동조합이 정부, 지방자치단체 및 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관과 공동으로 추진하는 사업에서 일반 국민이 해당 사업의 목적에 따라 사업을 이용하는 경우
  5. 다른 법령에서 조합원이 아닌 자에게 의무적으로 물품을 공급하게 하거나 용역을 제공하도록 규정하는 경우
  6. 천재지변이나 그 밖에 이와 유사한 긴급한 상황일 때 공중(公衆)에게 생활필수품 또는 용역을 공급하는 경우

승자독식의 신자유주의에서 벗어나 신뢰와 협동으로 함께 살아가는 사회, 새사연이 그리는 미래입니다.

더 큰 걸음으로 움직이고 성장하는 새사연, 이제 여러분이 회원이 되어 함께 해주세요.



에 참여하는 언론의 모습은 그렇지 않은 언론과 비교했을 때 어떻게 달라질까? 기존 언론에서도 독자편집위원회 등을 구성하여 의견을 반영하고 있는 상황이기 때문이다. 그리고 근본적으로 현재 소비자 조합원으로 가입한 4000여 명이 과연 자신을 유료독자가 아닌 조합원으로서 인식하고 있는지 궁금하다.

이에 대해서는 협동조합 특유의 원칙과 성격을 살려서 서로 끊임없이 토론하고, 교육하면서 방향을 만들어가야 하는 시간이 필요할 것이다. 더불어 소비자 조합원들이 책임감 있게 참여할 수 있는 다양한 제도를 만들어야 할 것이다. 이대회 기자는 독자위원회를 비롯하여 소비자 조합원이 참여할 수 있는 다양한 위원회를 구상할 계획이라고 밝혔다. 그 외에 아직 구체적인 계획이 준비되지는 않았지만 소비자 조합원이 기자와 함께 기획하고, 취재할 수 있는 방안을 고민 중이라고 밝혔다.

그리고 독자들에게 운영을 맡기는 것이 과연 적절한 지에 관해서도 고민을 많이 했다고 한다. 수많은 독자들의 의견을 반영하려다 보면 오히려 편집권이 약화되고, 기사의 방향이 왜곡되는 것은 아닐까? 이와 관련해서 실제 프레시안의 내부 논의 과정에서는 “다수의 ‘일베’ 회원들이 프레시안에 조합원으로 가입하여 편집권에 대한 의견을 낸다면, 그래도 따라야 하는 것인가?” 라는 다소 극단적인 상황까지 이야기되었다고 한다. 다소 극단적이기는 하지만 아주 비현실적인 상황은 아닌 것이 사실이다. 그리고 이 점 때문에 협동조합으로의 전환을 반대하는 내부 의견도 존재했다고 한다.

이에 대해서는 우선 편집국장, 기자협회장, 노조위원장의 추천으로 편집위원회를 구성하고, 이곳의 독립성을 보장한다는 내용을 정관에 명시했다고 한다. 이 외에도 다양한 제도적 장치를 고민하고 마련해야겠지만, 이대회 기자는 기본적으로 다수의 사람들이 민주적 토론과 의결을 거친다면 상식에서 크게 벗어난 결정들은 나오지 않을 것이라며, 조합원 간의 내부 자정작용을 통해 충분히 문제를 해결할 수 있을 것이라 전망했다.

## 독자 역할 확대와 변화가 핵심

앞으로 프레시안협동조합이 자신의 정체성을 만들어 가는 과정에서 소비자 조합원이 어떤 역할을 할 것인지는 매우 중요한 문제가 될 것이다. 사실 이제까지 우리가 보지 못한 형태의 언론이기 때문에, 소비자가 언론 제작에 참여하는 방식에 있어서 아직 우리의 상상력이 제한적인지도 모르겠다. 실제로 부딪히면서 만들어가는 과정에서 우리의 상상력은 더 확장될 수 있을 것이다.

“아직 혼란스럽기는 하지만, 한 번도 보지 않은 언론이 시작된다고 생각해주세요. 우리 사회에 국민주로 만들어진 <한겨레>가 등장했을 때도 큰 충격이었고, 시민기자 제도



를 가진 <오마이뉴스>가 등장했을 때도 큰 충격이었습니다. 이제 프레스이안협동조합이 또 한 번의 새로운 언론을 만들어가겠습니다.” 이대희 기자의 다짐에서 새로운 언론의 등장을 기대해본다.

### 국내 언론협동조합 창립 현황

프레스이안 외에도 많은 언론협동조합이 준비 중이거나 이미 첫출발을 시작했다. 괴산 지역 인터넷 언론 <느티나무 통신>은 올해 2월에 언론협동조합으로 신고하면서 전국 최초의 언론협동조합으로 등록되었다. 순천언론협동조합의 <순천광장신문>은 올해 4월 창간호를 내면서 언론협동조합으로서는 최초로 종이신문을 발간했다. 광주지역에서도 참언론협동조합이 만들어져서 5월 말 창간준비호를 발행했다. 이 외에도 부울경뉴스협동조합, 제주광장미디어협동조합 등 지역에서 언론협동조합들이 준비 중이다. 전국적 차원에서는 국민TV, 협동조합씨알 등이 있으며, 예스대학생언론협동조합와 대학언론협동조합준비위원회도 눈에 띈다.

## 2013년 새사연의 ‘현장보고서’ 목록

2013년 7월 15일 현재

아젠다	발간일	제목	작성자
세계의 시선	7/4	잘 살아보고 싶은 마음, 한국퀵서비스협동조합	이수연
세계의 시선	7/15	이제까지 보지 못한 새로운 언론, 프레스이안협동조합	이수연

승자독식의 신자유주의에서 벗어나 신뢰와 협동으로 함께 살아가는 사회, 새사연이 그리는 미래입니다.

더 큰 걸음으로 움직이고 성장하는 새사연, 이제 여러분이 회원이 되어 함께 해주세요.