

편집과 사진

때 : 2006.10.20~21

장소 : 설악파크호텔

주제발표 : 구자호(상명대 초빙교수)

만나서 반갑습니다. 현역에 있을 때 편협 세미나에 참석하고, 지금은 현업을 떠나서 발표자로 이 자리에 오니 감회가 새롭습니다.

세미나 발표를 위해 준비하는 과정에서 사진기자의 위상이 어떤지 돌아봤습니다. 또 우리나라 신문의 구독률이 얼마나 되는지에 대해 학생들을 대상으로 조사를 해봤습니다. 학생들의 69%가 인터넷을 통해서 뉴스를 접하고, TV를 통해서 23%, 신문을 통해서 뉴스를 보는 학생이 5%입니다. 종합일간지 뿐만 아니고, 대부분은 지하철에서 무료로 배포되는 신문을 통해서 본 수치가 포함된 것입니다. 무료신문을 빼면 2% 정도 밖에 되지 않을 것이라고 생각합니다. 신뢰도에 있어서 신문이 TV보다 뒤지더군요. 인터넷보다는 많이 앞서지만 말입니다. 앞으로 어떤 매체를 통해 뉴스를 얻을 것인지에 대해 조사를 해봤더니 인터넷이 40%, TV가 29%, 신문이 25%로 조사결과가 나왔습니다. 신문에서 사진이 차지하는 비중에 대해서도 조사를 해봤더니 아주 중요하다가 67%, 약간 중요하다가 27%로 신문에 사진이 있어야 한다는 것에 대해서는 같은 생각을 가지고 있는 것 같습니다. 이 조사는 정상적인 여론조사 방법이 아니고, 제가 다니고 있는 상명대학교 대학원생과 대학생들을 상대로 했기 때문에 정확도가 높지는 않겠지만, 엉터리는 아닐 것으로 생각됩니다. 대학생들의 의식구조를 볼 수 있는 한 단면이라고 생각합니다. 1975년도에 조선일보에 입사해서 그 당시 편집국장이 앞으로는 읽는 신문이 아니고, 보는 신문의 시대가 올 것이니 열심히 하

라는 소리를 들었습니다. 그로부터 30년이 지나도 아직도 보는 신문인지에 대한 판단은 서지 않습니다. 편집에 대해서 발표하신 내용도 있지만, 제가 느끼기에 사진의 경우 신문에 간여하고 있는 간부들이 무엇이 좋은 사진인지에 대한 확고한 철학을 갖고 있지 않은 것 같습니다. 제가 경험한 간단한 예를 하나 말씀드리자면 사진부장 시절 편집회의 시간에 편집국장이 스포츠 면을 보고 이것이 과연 사진이냐고 묻더군요. 제가 볼 때는 아주 괜찮은 사진이었습니다. 그런데 국장이 사진이 나쁘다고 질책을 하더군요. 회의 끝나고 사장 주재 회의에 올라갔습니다. 그 자리에서 사장이 같은 스포츠 면의 지면을 놓고 이런 사진이 조선일보 살리는 것이라고 하더군요. 앞선 회의에서는 국장이 이런 사진이 조선일보를 망치는 사진이라고 그렇게 질책을 했는데 10분도 안돼서 이것이 조선일보를 살리는 사진이고, 너무 잘 찍었으니 앞으로도 이런 식으로 밀고 가라는 말씀을 하셨습니다. 한 사진을 놓고, 편집국장과 사장이 보는 눈은 정반대였습니다. 이것이 아마 우리나라 신문을 만드는 사람들의 사진을 보는 기준이 아닌가 하는 생각이 듭니다.

앞선 토론에서 유행어를 트렌드라고 말씀하시고, 독자들이 좋아 할 것이라고 말씀하셨는데, 저는 의문이 드는 것이 그 점에 대해서 독자들에게 한번이라도 물어봤느냐 하는 것입니다. 실제로 유회적인 언어를 쓰고, 사진에 글자집어 넣고 혼란스럽게 만든 것을 독자들이 좋아하느냐? 20, 30대들은 거의 신문을 보지 않고, 40, 50대가 독자입니다. 물론 20, 30대도 나이가 들면 신문을 보겠죠? 의식구조도 바뀝니다. 요즘 20, 30대들이 좋아할 것이라고 우리가 생각하고 쓰는 것이 아닌가 생각합니다. 사진부장들이 하루에 보는 사진이 내, 외신 합쳐서 최소 5백장 이상 일 것입니다. 어떤 날은 1천여 장까지도 볼 것입니다. 그 중에서 베스트 사진을 내놓았을 때 독자들은 과연 그 사진이 가장 보고 싶어 하는 사진이었을까요? 그렇지 않을 것입니다. 미국에서 조사한 바에 의하면 사진 편집자들이 가장 좋다고 선호한 사진이 독자가 보는 것과는 정반대의 경우가 많다고 합니다. 사진 편집자들의 능력은 뛰어난데 신문을 제작할 때는 이럴 것이라는 예측에 의해서 제작하다보니 그런 것 같습니다. 가끔은 신문을 만드는 것이 신문기자를 위해서 만드는 것이 아닌가 하는 생각이 듭니다.

제가 신문사를 떠난지 1년 반이 넘었는데 현업에 있을 때와 나와서 볼때 완전히 다른 느낌입니다. 왜 그렇게 중요하지도 않은 일에 우리는 목숨을 걸고 편집부와 사진부끼리 싸웠는지 말입니다. 나와서 보니까 별로 중요하지 않더라고요. 서로 웃으면서 잘 합의하면 더 좋은 것이 나올 수 있는데 말입니다.

10대 중앙일간지의 사진기자 수를 조사해 봤습니다. 수치는 사진기자협회에서 나오는 사진 연감에 나와 있는 것입니다.

	1997년	2000년	2006년
경향신문	18	15	16
국민일보	14	10	13
동아일보	21 19+2	18 17+1	19 17+2
문화일보	17	11	13
서울신문	17 14+3	18(대한매일)13+3	12 11+1
세계일보	16	12	12
조선일보	26 22+4	22 19+3	16 11+5
중앙일보	29 24+5	19 16+3	22 20+2
한겨레	17	15	17
한국일보	24 19+5	23 20+3	17 16+1

1997년 10개 중앙일간지 사진기자 총수는 지방주재기자를 포함하여 199명이었으며, 그 후 IMF로 인하여 2000년에는 47명이나 줄어 152명이 됐습니다. 올해에 나온 2006년 사진기자 인명록에 의하면 5명이 늘어난 157명입니다. 97년 이후 10년 동안 기자수를 각 사별로 나누어서 분석해보면 조선일보사가 10명으로 가장 많이 줄었으며, 그 다음에는 중앙일보와 한국일보가 7명이 줄었습니다. 서울신문과 문화일보가 5명과 4명으로 각각 줄었습니다. 한겨레신문만 2명이 줄었다가 다시 충원하여 10년 전과 같은 기자수를 유지하고 있고, 나머지 신문들은 1, 2명 정도 줄었습니다. 10년에 비해서 사진기자가 늘어난 신문은 한곳도 없습니다. 2000년 이후의 변화를 보면 대부분의 신문에서 사진기자의 수가 늘어났는데 조선일보, 서울신문, 한국일보

만이 기자의 수가 대폭 줄었습니다. 서울신문과 한국일보는 경영상의 어려움으로 구조조정이 필요한 상황이라 이해가 되지만 경영상태가 한국에서 가장 좋은 조선일보가 사진기자의 수를 대폭 줄이는 것은 어떻게 해석해야 할지 저로서는 이해하기가 어렵습니다. 이는 읽는 신문에서 보는 신문으로 변화되는 되는 시기에 지면의 비주얼화로 가는 길에 역행되는 상황이라고 생각합니다.

단위 : cm²

	2002년 8월	2004년8월(올림픽기간)	2006년8월
국민일보	257	216	252
동아일보	186	239	228
경향신문	166	206	215
한겨레	140	150	184
중앙일보	168	201	170
조선일보	182	167	179

위의 1면 사진 평균크기를 조사한 표를 보면, 국민일보가 평균적으로 1면 사진을 가장 크게 쓰고, 동아일보, 경향신문, 한겨레가 4년 전에 비해 사진의 크기가 40~50cm² 가량 커졌으며, 조선일보와 중앙일보는 크게 변화가 없습니다.

크레딧 부문에 있어 1면 사진의 출처에 대한 조사를 한 표를 보시겠습니다.

	2002년 8월				2004년8월(올림픽기간)				2006년8월			
	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D
국민일보	22	12	1	0	19	8	12	2	25	9	0	2
동아일보	17	7	2	1	5	11	9	1	13	12	0	2
경향신문	16	7	3	1	11	12	6	1	16	10	1	1
한겨레	14	3	8	2	10	4	11	0	18	7	0	2
중앙일보	12	9	5	2	15	11	4	3	15	13	0	2
조선일보	18	5	5	0	9	10	7	0	14	8	0	2.#2

· A자사기자 · B외신 및 통신사 · C풀사진 · D기타 · #객원기자

국민일보만 4년 전에 비해 자사기자 사진이 늘어났고 외신과 통신사 사진이 줄었습니다. 나머지 5개 신문은 외신 및 통신사 사진이 늘어났습니다. 기자가 대폭 줄은 조선일보는 자사기자 사진이 줄었고 외신과 통신사 사진 그리고 제공 사진이 늘어났으며 특이하게 객원기자라는 제도를 도입하였습니다. 이것이 무엇을 의미하는지는 잘 모르겠습니다. 이런 현상을 볼 때 앞으로 신문은 점점 영향력이 약해질 것입니다. 노무현 정권이 들어서면서 인터넷을 강조하고, 청와대 기자회견도 방송과 인터넷 위주로 하다보니 신문은 점점 뒤로 물러나는 상황입니다. 이것을 맥없이 바로 볼 수만은 없는 것이고, 사진기자, 편집기자뿐만 아니라 전체가 생각해 봐야 할 문제라고 생각합니다. 시대가 변한 상황에서 우리도 변해야 하는데 변화에 대해서 좀더 적극적인 노력이 없지 않은가 하는 생각이 듭니다. 사진기자의 경우 수적으로 줄었지만, 스스로 자초한 결과가 아닌가 생각합니다. 크레딧 문제를 보면, 70, 80년대를 보면, 대부분의 사진부장들이 자사에서 사진을 못 찍었으면, 타사에서 얻는 것이 일반화돼 있었고, 편집국장도 이것을 요구해서 잘하면 유능한 부장이고, 잘 얻어내지 못하면 무능한 것으로 취급했는데, 사진을 주고받는 것은 상거래에 어긋나는 것입니다. 사진기자가 취재를 하는 것은 회사에서 월급을 받고, 신문을 만들기 위해서 일하는 것인데 남에게 공짜로 주면 안되는 것입니다. 돈 주고 사고, 비싸게 팔아야 합니다. 편집에서 수입을 많이 올리면 사진기자도 많이 뽑고, 그래야 더 좋은 사진을 만들 수 있지 않을까 생각합니다. 자꾸 얻어서 쓰다 보니까 사진기자 없어도 된다는 생각을 갖게 되고 사진기자가 줄어들게 되니까, 하루에 취재할 건수가 늘어나고 늘어나니까 퀄리티는 점점 떨어지고 있는 것이라고 생각합니다. 깊이 있고 메시지가 있는 사진을 신이 아닌 이상 바로 찍어낼 수 없는 것인데, 편집국장이나 그 위에 분들은 사진기자가 신인 줄 알고, 가면 좋은 사진 무조건 나올 것이라고 생각하는데 그렇지 않습니다. 사진부에서 편집부나 편집국장에게 설명을 잘못된 부분이 있는 것이고, 악순환의 결과가 아닌가 생각합니다.

독자에게 어느 사진이 더 좋은지 독자에게 물어봤냐고 말씀드린 것도 같은 취지입니다. 독자가 사진을 보고 마음을 움직이는데 필요한 시간이 0.75초라고 합니다.

3/4초 만에 사진을 선택하고, 좋아하게 되는 것입니다. 좋은 사진은 0.75초 만에 승부가 나는 것입니다. 사진에 눈이 가면 기사를 읽게 됩니다. 한 장의 사진을 편집해서 어디다 어떻게 배치하느냐에 있어서 많은 고민을 해야 합니다. 제가 30년 동안 있으면서 느낀 것은 우리 생각으로만 사진의 선택이 그렇게 될 것이라는 예측에 의해서 결정되다 보니 독자와 멀어지는 것이 아닌가 생각합니다. 앞으로 편집, 사진기자협회, 편집기자협회에서 진정으로 독자들이 원하는 것이 무엇인가를 조사해서 매뉴얼을 만들 필요가 있다고 생각합니다.

앞선 주제에서 그래픽에 대해 말씀하셨는데, 미국에서는 일러스트레이션이라고 해서 사진과 일러스트레이션을 엄격히 구분합니다. 실체를 찍을 수 없는 상태는 일러스트레이션을 만드는데 절대 사진 같아서는 안 된다는 것이 기본원칙입니다. 그런데 우리는 사진처럼 해서 속이는 것이 잘하는 것으로 돼있습니다. 우리나라에서는 일러스트레이션을 그래픽이라고 하는데, 일러스트레이션을 보고 메시지는 확 들어오지만, 사진이 아니라는 것을 보여줘야 하는데 사진같이 나와야 잘하는 것으로 잘못 생각하고 있습니다. 조시행 고문도 말씀하셨지만 사진에 대해서 우리는 손을 데는데 원칙 그대로 두는 것이 좋은 것입니다. 미국에서 사진부와 편집부 회의하는 것을 보면 건원지간이 돼서 사진기와 편집자와는 항상 다툼이 있습니다. 편집자는 항상 좋은 사진을 요구하고, 사진기자는 편집이 잘못 된 것이라고 생각합니다. 제 경험에 의하면 파트너십이 좋을 때 좋은 결과가 나오는 것인데 현재 우리 신문의 인적구조나 이해하는 시스템이 너무 급박하기 때문에 여유가 없습니다. 빨리 빨리 해치우다 보니 상의할 시간도 없고, 그러다보니 자기 것만 챙기게 되는데 상대방의 입장에서 한번만 생각하면 훨씬 더 좋은 지면을 만들 수 있지 않나 하는 생각이 듭니다.

사진부장 시절 특종을 한 것이 데이비드 러브 3세가 18번 홀에서 우승하는 순간에 무지개가 뜬 사진을 실은 것입니다. 이 사진을 아시아에서는 조선일보에서만 쓴 사진입니다. 그날 운 좋게 LA타임스와 통화를 했습니다. 우리 모니터에는 저 사진이 없었습니다. AP에서 전 세계에 사진을 공급하는데 미주, 아시아, 유럽, 아프리카가 있습니다. 본사에 있는 사람이 나누어서 공급을 했는데 그 당시 AP데스크가

이 사진은 미주지역에만 풀하고, 아시아지역에는 풀하지 않았습니다. 이 사진을 놓고 체육부와 편집부 데스크와 회의를 해서 이 사진을 가판에 쓰면 다른 곳에서 AP 본사에 연락해서 쓸 것이니까, 가판에 쓰지 말고 시내판에 쓰자고 해서 가판에는 아시아지역에 풀된 트로피 받으면서 환호하는 사진을 썼습니다. 그 다음날 기분 좋게 집에 있는데 아침 7시부터 전화가 오는데 제일먼저 전화가 온 곳이 연합 사진부장이었습니다. 우리에게 온 것에는 그 사진이 없는데 왜 조선일보에서 썼냐는 것입니다. 전 신문사에서 난리가 났다는 것입니다. 신문사 편집국장, 사장치고 골프 안치는 사람 없고, 지면 사진을 보고 왜 우리에게겐 저 사진이 없느냐고 사진부장을 닦달하니까, 모든 사진부장들이 연합에 왜 조선일보만 주고 다른 신문에는 안줬냐고 한 것입니다. 연합에도 저 사진이 없는데 황당한 것이죠. 사진부장이 특종상 받은 것도 처음일 것입니다. 앉아서 특종상을 받은 것인데, 이것이 바로 사진부와 편집부 사이에 합의가 잘 되면 활용할 수 있는 것입니다. 동경에서도 난리가 났었습니다. 조선일보가 AP와 특별 계약이 돼있었으니 문제가 되는 것은 아니었습니다. 이 사건이후 AP에서는 아시아지역에 모든 사진을 풀하게 됩니다. 당시 편집부와 사진부가 합의가 잘 돼서 이뤄진 것입니다.

앞선 시간에도 아사히신문과 요미우리신문의 예가 있었습니다만, 동아일보와 조선일보에도 이런 경우가 있었습니다. 성철스님이 입장하신 후 사리가 공개됐는데 동아일보 가판에서는 사리함까지 나온 것을 내보냈고, 조선일보에서는 사리만 클로즈업해서 썼습니다. 그런데 가판 만들고 난 다음에 회의를 했는데 동아일보에서는 조선일보 편집이 좋다고 하고, 조선일보에서는 동아일보 편집이 좋다고 해서 시내판에서는 서로 맞바뀌어서 나갔습니다. 이것이 제가 느끼기에 좋은 사진, 나쁜 사진 또 여기에 관한 자기의 확고한 자기 견해가 없기 때문이라고 생각합니다. 대충 감으로 좋으면 선택을 하지만, 미국의 경우는 각 신문사마다 사진 선택의 기준이 있습니다. 사진에 정보가 있어야 하는지, 비주얼해야 하는지, 메시지가 있어야 하는지, 감동을 줘야 하는지에 있어 체크를 해보면 결과가 나오는데 우리는 대체로 지금까지의 경험에 의하면 계급이 높은 사람이 이 사진 좋다고 하면 대충 따라 갑니다. 편집국장이 좋다

고 하면 부국장이 따라가고, 편집부장, 사진부장, 정치, 경제, 사회부장 다 따라잡니다. 옷 고르는 것과 같습니다. 이럴 때는 체크무늬가 좋고, 또 다른 때는 민자무늬가 좋다는 철학이나 교본이 없는 것이 우리나라 신문사의 실태입니다. 확고한 이론이 있어야 하는데, 신문기자 생활 20년 했으니까 옳다고 밀어붙이는 것은 아무런 의미가 없는 것입니다. 1년을 하더라도 원칙을 가지고 해야 합니다.