
News Guerrillar 들의 News 연대—새 천년 새 신문

OhmyNews

Oh My News! That Fit to Share With You

여기에 실린 모든 소식은 그대에게 전할 가치가 있다

ohmynews.co.kr ohmynews.com

OhmyNews 사업계획서

-20 세기의 신문문화, 그 익숙한 것과의 철저한 결별

제 1 장: 왜 OhmyNews 인가

1. 장기적 목표

- 디지털 조선을 능가하는 인터넷 일간지를 만들어낸다.
- 뉴스의 생산-유통-소비 문화의 혁명을 이뤄내 언론문화를 개혁한다.
- '기자다운 기자' 들의 뉴스연대의 중심축이 된다.

2. 컨셉

1) 뉴스생산 주체: 아마와 프로의 환상적 결합

- “모든 시민은 기자다”
- “새소식을 가진 전국의 모든 생활인이여 OhmyNews 에 모여라”

-프로와 아마의 환상적인 결합. 디지털조선와 순수시민언론(예, netpinion.co.kr)의 장점을 결합한다.

-전통적 의미에서의 뉴스 생산자인 프로와 소비자인 아마추어가 모두 뉴스 게릴라가 되어 만난다.

-프로는 소수정예에 의한 게릴라전을 펼친다. 1일 1주제를 깊고 넓게 파헤친다. 그 주제에 관한 그 어떤 일간지나 방송의 추종을 불허한다.

-아마는 '모든 시민은 기자다' 는 철학으로 무장한 '생생한 다수' 다. 이들은 자기의 일터, 생활현장에서 일어나는 생생한 뉴스들을 바로바로 전한다. "만국의 기자끼있는 모든 생활인이여 단결하라"

-무정부주의와 결별한다. 프로는 아마의 기사를 클리닉해주고 뉴스벨류를 메기며 아마는 프로의 평가를 평가한다.

-프로와 아마 사이에는 '아마이고 싶은 프로들' 이 있다. 프로 기자 뺨치는 글솜씨를 가졌지만 자기 전문직종에서 종사하는 이들이 바로 그들이다. 이 중간자들을 광범위하게 엮어낸다.

-기존 언론상에서 일하고 있는 기자들과도 연대한다.

-결국 조선일보 기자는 4 백명이다, 그러나 OhmyNews 기자는 4 천명이다 (4 천만명은 아니다, 무정부주의와의 결별).

2) 뉴스의 형식과 내용: 심층취재뉴스와 생활체험뉴스의 결합

— "기사의 공식을 파괴하라"

-프로에 의한 심층취재뉴스와 아마에 의한 생활체험 뉴스를 5:5 의 비율로 편집한다.

-생활체험뉴스를 소중히 여겨 뉴스의 신개념을 만들어낸다.

'클린턴의 방한과 시골 어머니의 상경 중에 어느 것이 더 소중한 뉴스입니까? 패밀리 페이퍼 국민일보' .

이런 광고를 낸 적이 있는 국민일보는 그것을 실천하지 못하고 있다. OhmyNews 는 그것을 실천한다. 그렇다고 기본내용을 갖추지 않는 것을 내보내지는 않는다. OhmyNews 에 실리는 모든 기사는 '그대에게 전할 만한 뉴스로서의 가치' 가 있어야 한다.

-기사의 형식을 파괴한다. 더 쉽게, 더 재미있게, 더 의미있게, 그러면서도 정확하게 새 소식을 전달할 수 있는 형식을 선보인다. 기사체뿐 아니라 대화체, 편지체 등의 형식의 기사를 선보인다.

-심층취재뉴스는 OhmyNews 내부 취재진에 의해 기획된 기사로 다음과 같은 특징을 가진다.

ㄱ) 뿔을 빼준다

—1일 1전문요리, 그 요리에 대해서는 타의 추종을 불허

—A부터 Z까지—심층취재가 무엇인가를 보여준다

—그 기사 자체가 종합자료실

ㄴ) 숨소리까지 전한다

—생생한 현장취재, 가능한한 오디오와 영상도 결합.

ㄷ) 불화살을 날린다

—우리사회의 부패지대, 특혜지대를 향해 불화살을 날린다.

-「심층취재」의 주기는 초기에는 1주에 한번, 2개월 내에 1주에 2번 한다.

- 연합뉴스와 계약을 맺어 주요뉴스를 공급한다. 이렇게 할 경우 주요뉴스에서 다른 인터넷 일간지에 뒤지진 않는다. 그야말로 기본은 있다. 이 기본 위에서 자체 취재진과 외부 기자들이 올리는 기사로 OhmyNews의 특색을 마음껏 살린다.

- 긴장성있는 틈새뉴스를 결합한다. 중장기적으로 이 틈새뉴스를 발전시켜 이후에 종합일간지에 대비한다.

3) 순발력과 유연성: 창간 2개월 이내에 일간체제

—부정기부정형 프린트버전과 연계

-OhmyNews는 주간단위로 출발하겠지만 1달 이내에 1주 2회, 2달 이내에 1주 3회 업데이트 한다. 6개월 이내엔 매일 업데이트 한다.

-특정 면 특정 기사의 경우 시간단위로 편집이 바뀔 수도 있다.

-부정기부정형 프린트버전과 결합한다. 때론 유인물로, 때론 팩스신문으로, 때론 주간지형태로, 때론 단행본으로 인터넷 버전과 결합한다.

4) 핵심 독자타겟: 젊은 N세대, 개혁일꾼, 기자

-독자타겟을 목적의식적으로 설정하고 그에 걸맞는 면을 구성한다. 이점이 기존 일간지 인터넷의 면구성과 다른 특색이기도 하다. 독자타겟은 새소식에 관심있는 젊은이들로 N세대, 개혁일꾼, 기자가 3대타겟이다. 그들을 겨냥하기 위해 고딩, 대학가, 386, 엔지오, 지역일꾼, 기자세계 등의 면을 둔다.

5) 철학: 열린 진보, 기자론과 기사론 형성의 광장

-편집철학으로 '열린 진보' 를 추구한다. 우리사회의 진보를 추구해나가되 생산성있고 양심적인 보수를 찬양하고 비생산적이고 경직된 진보에 회초리를 대는 열린 자세를 갖는다.
-OhmyNews 는 우리나라 최초로 기자론과 기사론을 본격적으로 토론하는 매체다. 섹션의 하나인 '기자만들기' 는 OhmyNews 의 철학과 논리의 산실이다.

3. OhmyNews 창간의 언론운동적 의의

1) 뉴스의 공급-수요 문화의 민주주의를 이룩해낸다.

OhmyNews 는 출발부터 대한민국의 봉건적인 뉴스 공급-수요 문화를 실천적으로 혁파해나간다. 20 세기 한국신문문화와의 철저한 결별을 통해 언론문화의 민주주의를 이룩해낸다. 생활인이 기사의 소비뿐 아니라 생산의 주역이 되게 한다.

2) 'News 연대' 를 만든다.

참여연대가 시민운동가들의 연대라면 news 연대는 언론운동가들의 연대다. 참여연대가 NGO 라면 news 연대는 제 2 의 NGO(News Guerrilla Organization)이다. 따지일보나 OhmyNews 처럼 자립적 재상산구조를 갖추고 일정하게 독자들로부터 인정을 받은 뉴스 게릴라들이 한 사이트에서 혹은 다기한 방식으로 연대를 한다. 김현철 사면 같은 특정 이슈에서는 각자 자기의 사이트에서 그 이슈를 부각, 공동대응 한다. 이 뉴스연대를 주도하려면 OhmyNews 스스로 전형을 창출 하고 모범을 보여야 한다.

3) 언론권력을 교체한다.

'news 연대' 등을 통해 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등의 보수연합을 능가하는 언론권력을 만든다. 우리나라 언론의 영향력은 보수와 진보가 8:2 정도다. 그것이 5:5 가 되는 세상을 만드는 것이 언론권력의 교체다.

제 2장 면의 구성과 기사의 형태

1. 면의 구성

-모든 기사는 입고시 크게 네 곳에 뿌려진다.

1) OhmyNews 특징점을 살린 분류

-심층취재

-생활정보

-뉴스 장터 (수익사업)

-광장과 밀실 (토론/채팅)

-기자만들기

(이 분류는 1 면의 상단에 가로로 배치된다)

2) 독자 타겟중심의 분류

-고딩 OhmyNews

-대학가

-386 광장

-NGO 는 내일

-지역일꾼

-기자 성적표

(3 대 타겟——젊은이, 개혁일꾼, 기자들. 이 분류는 1 면의 좌측 상단에 배치)

3) 기사내용 중심의 분류

-정치—————2 차분류——정치/북한/재야정치/현대사비화

-경제—————경제/정보통신/증권/부동산

-사회—————사회/교육/시민/지역/인권

-문화—————문화/연예/언론/학술/종교

-국제—————국제/미국/일본/유럽

-스포츠—————스포츠/야구/축구/오락/건강

(해당면을 클릭하면 애초의 분류에다 2 차분류까지 나타난다. 이 분류는 1 면의 좌측 중간에 배치된다)

-그밖에 연재기사를 적절한 위치에서 강조한다. 「이 책만은 읽자」, 「자연산 인터뷰」 등의 꼭지를 연재할 수 있다.

4) 편집공정 정도에 의한 분류

모든 기사는 편집공정 정도에 따라 다음과 같은 네 부류로 나뉜다

ㄱ) 잉걸 in 잉걸 (잉걸은 나무에 불이 붙어 이글이글거리고 있는 상태를 말함)

그날의 가장 주요한 기사. 총 3 꼭지 이내.

ㄴ) 잉걸

편집국의 심사를 통과한 기사들

ㄷ) 생나무

내부기자의 심사를 아직 받지 않은 날것들. 산에서 막 해온 생나무들. 내부기자의 심사를 받을 때까지는 잉걸로 올라가지 못한다. 허위사실을 유포하거나 타인의 명예를 훼손할 우려가 있기 때문이다.

그러나 잉걸로 올라가지 위한 심사대기 중에도 일반 독자들에게 공개된다. 이들은 '생나무' 모음코너에서 집단으로 대기 한다. 생나무 코너에는 '이 기사들은 아직 OhmyNews 편집국에 의해 확인되지 않은 것들입니다. 이 기사에 대한 명예훼손 소송 관련 책임은 전적으로 해당 기자에 있습니다.' 라는 문구가 있어야 한다.

잉걸 기사는 편집되는 반면 생나무 기사는 게시판 수준으로 선보인다. 각 면에는 그 면과 관련한 생나무 기사들이 게시판으로 밑에 깔린다.

단 생나무 기사 말미에도 광고가 붙으며 생나무 기사로 대기중일 때도 가산 원고료(원고료 항목 참조)가 적용된다.

ㄹ) 숲

시간이 지난 기사들로 데이터 베이스에 저장되어 있는 것들. '관련기사' 로 때때로 등장한다.

2. 기사 한쪽지에 기본적으로 따라붙는 것들

1) 기사의 상단

-상단에 다음 3 가지를 서비스한다

--이 기사를 이메일로 친구에게 보내고 싶다

--이 기사를 프린트해주세요

--이 기사에 대한 토론을 하고 싶습니다(혹은 의견이 있습니다)

-모든 필자는 '000 기자' 로 통일한다. 기자 이름 밑에 그 기자의 이메일과 홈페이지가 따라 붙는다.

2) 기사의 본문

-주요기사의 경우 원고지 20 매에 사진 3 장 정도를 넣는다.

-기사 중간에 관련기사 링크 박스가 있을 수 있다. 이 박스는 편집에 따라 맨위나 중간이나 혹은 말미에 자리할 수 있다.

-기사에 등장하는 취재원이 자신의 연락처를 밝힐 것을 허락한다면 기사 안에서 전화번호, 이메일, 홈페이지를 밝힌다

예)—————새 인터넷 신문 창간을 선언한 오연호 월간 말 기자(702-2552, oyh@ohmynews.com, www.ohmynews.com)가 어제 □말□ 취재부장직을 사임했다.

3) 기사의 말미

-이미 다른 곳에 실린 기사일 경우 「00 신문 제공」이라고 밝힌다. 00 신문이 홈페이지가 있는 경우 링크해준다.

-광고가 따라 붙는다 (이 광고를 클릭하면 독자도 돈을 벌고 필자 원고료도 지급됩니다)

-기자소개란이 따라붙는다. 기자 소개는 최고 50 자 이내. 기자사진란을 두어 기자가 동의할 경우 싣는다.

4) 심층취재 기사의 경우

-워싱턴포스트의 스페셜 리포트 코너를 참조하여 입체적으로 구성해 OhmyNews 의 특징점을 마음껏 살린다.

*영어버전과 동영상

-장기적으로 인터넷 방송과 결합할 수 있는 준비를 한다. 회사 체계가 잡히는 대로 주요기사를 영어버전으로 서비스한다.

제3장 기자의 구성

-모든 필자의 명칭은 기자로 통일한다.

-기자는 크게 내부 기자와 외부 기자로 구분한다. 내부 기자는 OhmyNews 의 상근 직원이다. 외부 기자는 비상근이지만 OhmyNews 를 사랑하는 외인부대들이다. 기사에 대한 대접에 있어 그 둘의 차이는 없다. 마치 야구에서 내야수와 외야수가 똑같이 중요한 역할을 하듯이 그들의 팀웍이 OhmyNews 의 성패를 좌우한다.

1) 외부기자

ㄱ) 센터, 좌익수, 우익수

-외부기자는 크게 센터, 우익수, 좌익수로 나뉜다.

-센터는 이미 검증된 전문기자들이다. 기사작성 능력으로 보나, OhmyNews 에 대한 충성도로 보나, 그 분야에 대한 전문성으로 보나 교열의 필요성이 거의 없는 외인부대의 핵이다. 초기 약 20 인, 1년후 약 50 인.

-센터 가운데 고정적으로 참여하는 기자는 일정액의 고정급을 지급한다.

-좌익수는 아직 센터의 수준에는 미치지 못하나 OhmyNews 에 의해 조직화된 외인부대들이다. 오연호의 기자만들기 졸업생 등이나 OhmyNews 의 취지에 적극 동의하지만 아직 기사작성 준비정도가 미비한 주요 시민단체 간사들이 이에 포함된다. 초기 약 200 인, 1년후 약 500 인.

-센터와 좌익수는 OhmyNews 의 공식출범 전에 OhmyNews 기자회원으로 확보해야할 대상들이다.

-우익수는 불특정 다수의 비조직화된 외인 기자들이다. 이들은 OhmyNews 공식 출범 이후에 OhmyNews 의 취지에 공감해 자발적으로 외인 기사를 자처한 이들이다. 초기 약 1천명, 1년후 약 1만명.

ㄴ) 지역신문, 전문지 기자와의 연대

-지역신문(전문지) 기자도 외부기자에 포함시킨다. 지역신문(전문지)에 실린 동일한 기사를 OhmyNews 에 실을 수 있다. 이 경우 바이라인은 '홍길동 기자' 로 하고 기사의 끝에 '00 신문 제공' 이라고 붙인다.

-지역신문(전문지) 기자가 자기매체에 발표하지 않은 기사를 올릴 경우 기사뒤에 배치되는 필자소개란에서 그 기자의 개인 홈페이지 혹은 그 기자가 속한 신문의 홈페이지를 적는다. 이 대목이 연대와 win-win 전략의 핵심이기도 하다.

ㄷ) 일간지 기자와의 연대

-일간지 기자는 회사방침 때문에 OhmyNews 에 참여하기가 쉽지 않을 것이다. 그러나 주요 출입처별로 협조대상 기자를 만들어 독특한 방법을 만들어내 연대한다.

ㄹ) 연합뉴스와 계약하여 뉴스 속보와 주요뉴스를 싣는다.

-하루에 2 백쪽지의 기사를 연합뉴스로부터 서비스받는다. 그중에 꼭 전달해야할 주요뉴스를 각 면에 서비스하되 OhmyNews 의 독특한 기사의 색깔을 압도하지 않도록 한다. 연합뉴스 기사도 기자의 이름을 밝힌다. 동의할 경우 기자사진과 소개도 한다. 연합뉴스 기자들을 일간지 기자의 '머슴' 으로부터 해방시킨다.

ㅁ) 외부 기자의 참여 유도 방법—— “새소식도 전하고 돈도 벌고”

-탑 10 기사에 선정될 경우 기본 원고료를 지급하고 기사말미의 광고 클릭 횟수에 따라 가산 원고료를 지급한다.

-다른 매체에서 받을 만한 기사의 경우 오마이뉴스 프린터버전을 통해 그 기사를 선전한다.

-탐 10 이하의 기사라 할지라도 조회횟수가 높을 경우 원고료를 지급할 수 있는 방안을 마련한다.(아래 원고료 지급방법 참조)

-올린 기사에 대한 코멘트와 클리닉을 해준다.(특별회원의 경우, 아래 참조)

-이달의 OhmyNews 기자상 선정.

- “이 기사를 팝니다” 라는 코너를 만든다. 오마이뉴스에 기사를 올리는 역량있는 신인을 발굴하여 본인이 원할 경우 각종 기성매체에 취직시켜주는 통로역할을 한다.

-프로야구의 투수예고제처럼 기사예고제를 실시하여 외부기자들이 편집진이 기획한 기사에도 참여하게 한다.

ㅂ) 외부 기자 자격 부여 절차

-모든 기자는 OhmyNews 기자회원 명부에 실명으로 등록하여야 한다.

-주소, 직업, 주민등록번호, 전화번호, 이메일주소 등을 밝혀야 한다.

-센터와 좌익수는 면접을 통해 신원과 능력정도를 파악한 후에 온라인 혹은 오프라인에서 등록한다.

-우익수는 온라인에서 회원 명부를 작성한다. 첫번째 기사때부터 바로 000 기자라고 한다.

-극히 예외적으로 데스크가 면접 후 불가피하다고 인정되는 경우 가명으로 등록할 수 있다. 이 경우 총 10 인을 넘지 않아야 한다.

ㅅ) 외부 기사의 신뢰성과 권위를 위한 장치들

-속보성에서 뒤쳐진다 하더라도 명예훼손 관련 내용이나 중요사실은 확인취재를 반드시 거친다.

-외부기자의 원고는 반드시 내부기자에 의해 크로스체크한다. 따라서 외부기자는 내부기자에게 취재원을 밝힐 의무가 있다.

-극소수의 가명기자들에 의해 작성된 원고는 반드시 내부기자에 의해 확인취재하며 바이라인에 내부기자의 이름과 함께 등장한다.

-기자 윤리헌장을 정해 허위사실 유포를 근원적으로 차단할 수 있는 장 치 마련한다.

-외부기자가 목적의식적으로 허위사실을 기사화했음이 확인될 경우 즉각 기자회원 자격을 박탈한다.

(보다 자세한 사항은 ‘기자회원’ 모집란 참조)

2) 내부기자의 구성

ㄱ) 창간전후 내부 기자구성-----6 인

-취재팀장 1인

-기자 3인

-취재보조 기자 2인

ㄴ) 중기적 내부 기자구성 (출범후 1년 이내)-----15인

야전취재부-----7명

-야전취재부장 1

-야전 1팀-----팀장, 기자 1, 2

-야전 2팀-----팀장, 기자 1, 2

(기본적으로 모든 취재기자의 사진기자화)

컴퓨터취재부-----4명

-컴퓨터취재부장(편집 데스크 겸임) 1

-미디어 cross checker 1

-국제 전문 1

-영문 서비스 기자 1

-외부기자 gate keeper 1

(야전취재부와 컴퓨터 취재부는 양쪽 모두를 소화해낼 수 있는 인물로)

ㄷ) 장기적 내부 기자 구성 (출범후 2년 이내)-----약 30명

-각 분야별 전문기자 30명을 내부 기자로 채용하여 명실상부한 종합일간지 체제로 바꾼다.

제4장 회원의 구성

(이 발제는 12월 중순경 독자들에게 공개될 회원참여 권유문으로 대체함)

OhmyNews 회원이 되시면 1석4조의 기쁨이 있습니다.

1. 고급 독자가 됩니다

-----다른 어느 매체에도 없는 독특하고 생생한 기사를 접하는 기쁨

2. 바로 당신이 기자입니다

-----스스로 기자가 되어 새 소식을 다른 이에게 전하는 기쁨

3. 돈도 벌니다

-----기사를 올려 원고료도 받고 다른 이들의 기사를 읽으면서도 또 벌고 사이버 머니를 버는 기쁨

4. 혁명에 동참합니다

-----당신은 OhmyNews 라는 세계 유일의 새 인터넷 신문을 만드는데 동 참하고 있습니다. 20 세기의 후진적인 신문문화와의 철저한 결별. 뉴스 의 생산-유통-소비 문화의 혁명, 그것에 참여하는 당신은 가슴이 뛰 지 않을 수 없을 것입니다.

독자회원, 기자회원, 특별회원, 창간회원. 참여할 길은 많습니다.

1. 독자회원

모든 독자는 누구나 독자회원이 될 수 있습니다. 독자회원은 기사는 올리지 않지만 OhmyNews 에서 제공하는 각종 서비스를 이용할 권리를 갖습니다. 예컨대 기사말미에 따라붙는 광고를 클릭할 경우 일정한 사이버머니가 적립되는데 이런 서비스를 이용하기 위해서는 독자회원으로 등록하여야 합니다. 등록때 가입해야할 사항은 기자회원과 동일합니다.

2 기자회원

-OhmyNews 는 ‘모든 시민은 기자다’ 라는 철학을 가지고 있습니다. 따라서 새 소식을 가지고 있고 그것을 기사로 써서 다른 사람들에게 전하고자 하는 모든 네티즌은 기자회원으로 가입할 수 있습니다.

-기자회원은 OhmyNews 에 기사를 올릴 수 있습니다.

-기자회원은 등록할 때 반드시 이름(실명), 주민등록번호, 전화번호, 집주소를 밝혀야 합니다.

-기자회원은 가능한한 E 메일주소, 홈페이지, 계좌번호(원고료 입금용) 등을 밝 히는 것이 좋습니다. 그러나 이것들이 기자등록의 필수조건은 아닙니다.

-기자회원은 등록 후 30 일 이내에 첫 번째 기사를 올려야 합니다. 그렇지 않을 경우 기자회원에서 독자회원으로 전환됩니다.

-기자회원으로 등록한 후 올린 기사가 10 번 이상 잉글뉴스에 오를 경우, 회원이 필요하다면 OhmyNews 기자증을 발급해줄 수 있습니다.

-OhmyNews 는 매체간의 벽을 허물고자 합니다. 따라서 이미 다른 매체에서 활약중인 현역기자들도 OhmyNews 의 기자회원이 될 수 있습니다.

-기자회원은 한국기자협회가 정한 기자윤리강령을 지킬 것을 서약해야 합니다. 그 윤리강령을 지키지 않을 경우 기자회견 자격을 박탈합니다.

-기자회원 가입비는 없습니다.

3. 특별회원

-특별회원은 독자회원이나 기자회견중에 년 10 만원의 특별회비를 납부한 자를 말합니다.

-특별회원의 특전

-OhmyNews 에서 발행하는 각종 프린트 버전을 우편으로 받아볼 수 있습니다. 프린트 버전은 최소한 월 1 회 게릴라적으로 발행되며 부정기부정형입니다.

- '오연호의 기자만들기' 강의 수강료를 20%(4 만원상당) 할인해드립니다.

이 권한은 특별회원이 가족이나 지인에게 양도할 수 있습니다.

-특별회원은 올린 기사에 대해 OhmyNews 편집진의 평가와 클리닉을 받을 수 있습니다.

-특별회원은 「데스크 클럽」에서 보낸 E 메일을 받아볼 수 있습니다. 각면 데스크가 OhmyNews 를 취재-편집하면서 느낀 뒷이야기를 특별회원들에게 E 메일로 생생하게 전해드립니다.

4. 창간회원

-창간회원은 30 만원 이상의 창간기금을 OhmyNews 창간과정에서 낸 이들을 말합니다.

이 기금은 창간자금으로 쓰입니다. 이후 OhmyNews 가 주식회사로 전환할 때, 창간회원이 희망할 경우, 기금에 해당된 만큼의 주식을 배분해드립니다.

-창간회원은 창간발기인이 됩니다.

-창간회원은 자동적으로 기자회견과 특별회원의 자격을 갖습니다.

-창간회원은 현물로도 창간기금을 낼 수 있습니다. 돈이 있는 자는 돈으로, 컴퓨터가 있는 자는 컴퓨터로, 아이디어가 있는 이는 아이디어로, 조직가는 조직으로.

“사이버 머니도 벌고 새 소식도 전하고 새 세상도 만들고”

OhmyNews 창간에 당신의 힘을 보태주십시오.

대한민국 제일의 인터넷 신문

우리 힘으로 만들어봅시다.

제5장 수익성—수입과 지출

1) 지출 (초기 예상지출 월 3천만원)

ㄱ) 원고료의 규모와 지급방식

-기자들에게 원고료를 준다. 원고료는 기본 원고료와 보너스 원고료로 나뉜다.

a) 기본 원고료

-기본 원고료는 오마이뉴스가 무조건 필자에게 지급하는 원고료로 총 최고 10 개 기사에 한한다. 탐 기사는 매당 1만원 이상을 지급하고 준탐 기사는 7천원, 일반 기사는 3천원을 지급한다.

-1 판당 예상되는 기본 원고료

탐-----1 개 x20 매 x1 만=20 만원

준탐-----2 개 x10 매 x7 천원=14 만원

일반-----7 개 x10 매 x3 천원=21 만원

합계 1-----55 만

합계 2-----탐과 서브탐을 내부기자가 소화할 경우 -----21 만원

b) 보너스 원고료

-보너스 원고료는 탐 10 에 속한 것이건 그렇지 않은 것이건, 심지어는 심사대기중인 기사까지 모두 다 받을 수 있다. 모든 기사에는 말미에 광고가 따라 붙는다. 그 광고를 한번 클릭할때마다 일정액을 광고회사에서 오마이뉴스에 지급하는데 그중 일부가 원고료로 계산된다. 예컨대 한번 광고를 클릭할때마다 100 원이 지급된다면 오마이뉴스 40 원, 필자 30 원, 그 광고를 클릭한 독자 30 원의 비율로 나눠갖는다.

-기사말미 광고는 각 면별로 다를 수 있다. 예컨대 정치면에서는 정치관련 광고가 문화면에서는 문화관련 광고가 실리면 더욱 광고주가 좋아할 것이다.

-기사 말미에 '당신이 이 기사를 읽고 보탬이 되셨다면 옆의 광고를 클릭해주시요. 필자에게 원고료도 보태주고 당신도 사이버머니를 적립할 수 있습니다' 라는 선전문구를 단다.

-이렇게 해서 형성된 필자의 원고료와 독자의 클릭 수고비는 모두 사이버머니로 적립된다.

c) 원고료 지급일

-모든 기자가 자신의 원고료가 얼마인지를 체크할 수 있는 시스템을 만든다.

-원고료가 10 만원 이상 적립될 경우에 현금으로 지급한다. 그 이전에는 사이버상에서만 오마이뉴스가 직접 팔거나 링크해둔 품목에 한해 쓸 수 있다.

- 나) 연합뉴스 계약료-----월 2 백만원
- 다) 초기 인건비 -----초기 3 개월간-----총 1 천 7 백
- 임시 경리, 이후 페이퍼 담당-----100
- 사장-----300
- 디자이너 1-----100
- 웹마스터 1-----150
- 프로그래머 1-----150
- 기자 4 명-----450
- 보조기자 2 명-----100
- 기타 사진 등 아르바이트-----200
- 영업부-----150
- 르) 초기 월 총 지출비-----3 천만원
- 한달 평균 임금-----1 천 7 백
- 한달 평균 원고료-----500
- 취재비-----200
- 임대료 및 기타 잡비-----100
- 홍보비(프린트버전 제작-유통비)-----300
- 연합통신 월 사용료-----200

2) 수입 (희망수입 총 3 천 5 백만원)

- 가)광고 수입-----월 2 천만원 내외
- 6 개월간 월 2 천만원의 광고수입을 올릴 구조를 만든다. 초기엔 후원성 광고를 해줄 수 있는 기업이나 개인의 도움을 받는다.
- 나) 특별회원비, 창간회원비-----월 1 천만원 내외
- 년 회비 10 만원의 특별회원을 매월 1 백명을 목표로 한다.
- 매년 연결 회원과 신규 회원을 포함 약 1천명(총 1 억원)을 목표로 한다.
- 창간회원을 창간전후부터 주식회사 설립때까지 모집한다
- 다) 오마이뉴스 장터-----월 5 백만원 내외

- 독자와 필자가 축적한 사이버머니를 오마이뉴스 장터에서 쓸수 있도록 유도한다.
- 인터넷 서점 알라딘과의 결합한다. 오마이뉴스 독자가 적립금으로 알라딘 책을 사게 한다. 그 대금은 알라딘의 광고료로 대납한다.
- 각종 매체에 대한 정기구독 사업을 대행한다. 매체 정기구독 장터를 만든다. 현재 각 매체가 자기매체만 정기구독자 모집사업을 하고 있는 점을 이용한다. 사이버 머니 적립금으로 특정 매체를 정기구독하면 그 가격의 10%에 상당하는 선물을 준다. (그 매체로부터는 30%를 할인받아 20%는 오마이뉴스 수익금으로 처리한다)
- 대상매체——□말□, □한겨레 21□, □시사저널□, □샘이깊은물□, □작은 것이 아름답다□, □좋은 생각□, □인물과 사상□, □창작과 비평□, □당대비평□ 등등.
- 임격정□, □태백산맥□, □토지□등 전질류 양서류도 취급한다.
- 기사 아이템 혹은 기사 완성품을 경매한다. 특종거리를 경매한다.
- 취재관련 회귀자료를 경매한다——예컨대 화순탄광 녹음테이프
- 노트북, 컴퓨터 교환
- 기자 채용 소식 모음
- 나는 해결사

제6장 프린트 버전

- 영향력 확대를 위해 부정기부정형 간행물을 게릴라적으로 발행한다. 기존 무크지는 '부정기' 간행물이지만 OhmyNews 의 프린트버전은 거기에서 한걸음 더 나아가 부정기이자 부정형이다. 판형을 마음대로 바꾼다. 이슈에 따라 타겟을 분명히 설정하여 판형도 편집도 광고도 바꾼다. 프리트 버전 그 자체의 광고수입만으로도 제작비가 나올 경우 무가지로도 뿌리는 것을 강구한다.
- 부정기부정형 간행물은 때론 단행본일 수도 있지만 때론 세련된 유인물일 수도 있다. 예컨대 민가협에서 하는 시와노래의 밤 행사처럼 다중이 모일 때는 4 쪽짜리 파블로이드판 OhmyNews 를 발행해 배포한다. 내용은 그 시와 노래의 밤을 즐겁게 감상할 수 있는 법 등으로. 문화일보가 금강산 안내객들에게 금강산 특집호를 발행해주는 것과 같은 방식.
- 프린터버전은 인권하루소식처럼 팩스신문으로도 내보낸다.

제7장 홍보전략

-판지일보 홈페이지에 연계

구호는 “풍자 게릴라는 단지, 시사뉴스 게릴라는 OhmyNews”

-라디오 시사 뉴스프로에 「OhmyNews 리포트」 고정출연

-□말□, 한겨레신문, 시사저널 등에 「OhmyNews 리포트」 코너를 만든다.

-「인권하루소식」과 연대. 팩스신문을 1 쪽 더 발행케 하고 OhmyNews 내용을 넣는다.

인터넷을 켜지 않는 독자들에게도 「OhmyNews」를 전달하는 효과를 얻는다. 인권하루소식 상면 우측에 광고를 한다.

-웹진 모음 Emag21 에 연계

-팩스신문 「노동일일뉴스」와의 연대도 검토한다.

-창간 전에 주요 일간지의 미디어 담당 기자들을 접촉한다.

-「미디어오늘」과 「기자협회」에 기사화한다.

-시민단체 기자회견, 자유기고가 기자회견들의 구전홍보

“당신 스스로 OhmyNews 를 통해 1 보를 날리고 그것을 다른 일간지들이 받게 하라!”

제8장 창간 일정 및 주식회사 설립

1) 창간일정

-12 월 28 일

창간 준비호를 선보인다

-1 월 첫째주

사무실을 얻는다. 가능한한 국회도서관이나 조선일보, 중앙일보 자료실을 내 사무실처럼 쓸 수 있는 곳에 사무실을 둔다.

-1 월 중순에서 말 사이 창간호를 낸다.

2) 주식회사 전환시 주주의 구성

-창간호까지는 오연호의 개인회사인 「오연호리포트」에서 발행한다.

-창간호 이후 가급적 빠른 시일 안에 투자회사와 결합해 주식회사로 만든다.

-주식회사 전환시 가급적 오연호와 그의 그룹이 55%의 지분을 갖는 구조를 만들되 무한한 유연성을 발휘한다.

-386 경제인이 40%의 지분을 갖는다

-나머지 5%는 시민단체와 일반 기자회견에게 개방한다.

참여를 권하고 실현시켜야할 시민단체의 언론들

「참여연대」 「시민의 신문」 「인권운동 사랑방」 「매일노동뉴스」 「딴지일보」 「인물과 사상」

「대학신문」들, 「지역신문」들——이들은 자기 지면의 「광고」를 통해 현물로 출자한다.

-장기적으로 코스닥에도 등록한다.

*추가로 생각해볼 것

—사훈을 정할 것

—인간의 얼굴을 한 인터넷 문화를 만든다

—경쟁과 효율의 노예가 되지 말자——토요일과 일요일엔 무조건 쉰다