

언론 게이트로서 포털의 역할과 책임

김병희 | 서원대 광고홍보학과 교수
kimthomas@hanmail.net

네이버, 다음, 네이버, 야후, 코리아닷컴, 파란... 우리나라의 포털은 전통적인 언론권력을 대신할 새로운 언론 권력이자, 기존 권력을 대신하여 생성되는 권력(invented power)으로 떠올랐다. 각종 포털사이트가 인터넷 저널리즘의 주요 영역이 됨으로써 포털의 사회적 기능이 중요해지고 포털의 뉴스 게이트키퍼 기능이 커지고 있다.

갈수록 중요해지는 포털 저널리즘의 책임 문제

권력이 힘을 의미한다면 옹당 그에 따른 책임과 윤리 문제가 뒤따르는 법, 언론 게이트로서 포털의 역할이 중요해질수록 그에 따른 포털 저널리즘(portal journalism)의 책임 문제도 갈수록 중요해진다고 하겠다. 어떤 연구자는 “포털 저널리즘이 피플 파워를 잇는 제2의 권력”이라고 했다. 포털의 편집자는 어떤 뉴스를 포털의 시작 페이지에 게재할 것인지를 결정한다. 편집자의 편집 방향은 네티즌의 의제설정에 영향을 미치기 때문에, 디지털 딜레마(digital dilemmas)의 문제가 제기된다고 하겠다.

포털은 정보제공자나 정보중개자로서의 기능만이 아닌, 정보유통자와 편집권을 통한 의제설정이 가능하다. 포털이 온라인뉴스 소비시장을 압도적으로 점유하는 상황에서 미디어의 게이트키퍼 기능은 기존 미디어와의 갈등을 낳았으며, 그 결과 2010년 들어 포털사이트 네이버에서 뉴스캐스트 서비스를 도입하는 계기로 작용했다. 이런 문제는 특히 인터넷신문 광고영업에도 영향을 미친다. 인터넷매체의 부실한 재정 상태, 인터넷매체의 과도한 난립, 그리고 인터넷언론사 시주의 비윤리적 경영 같은 문제는 인터넷신문의 광고강매 요인으로 지적되기도 했다.

김광재 교수의 조사에 의하면, 2009년의 매체 유형별 언론피해 상담현황을 보면, 전체 3,740건 중에서 인터넷신문과 포털의 뉴스서비스 1,007건(26.9%), 방송 888건(23.7%), 일간신문 820건(21.9%), 주간신문 284건(7.6%) 순으로 인터넷신문과 포털의 뉴스 서비스로 인해 피해를 입은 사례가 가장 많은 것으로 나타났다. 이렇게 된 이유는 인터넷신문과 포털의 뉴스 서비스가 익명성을 전제로 빈번하게 왜곡보도를 하고, 지나친 속보경쟁 때문에 취재 및 편집 과정이 생략되고, 뉴스의 확산 속도와 범위가 넓어 피해자의 권익을 구제하기 어렵기 때문이었다.

뉴스 서비스와 관련 포털의 문제점

그렇다면 뉴스 서비스와 관련하여 포털이 지닌 문제점들은 무엇일까? 물론 우리나라의 포털 서비스는 네티즌들의 정보 욕구를 충족시키고 표현의 자유를 확장하는데 긍정적인 영향을 미쳐왔다. 그렇지만 뉴스 서비스와 관련하여 다음과 같은 문제점을 드러내기도 했다. 포털의 그 많은 긍정적인 기능에도 불구하고 포털 저널리즘의 윤