



책이므로 문제의 소지가 많다. 이밖에도 포털과 제휴하는 언론사의 자격 요건을 강화할 필요가 있다. 자주 오보를 하는 포털사에 손해배상 의무를 부과하거나 포털에 뉴스를 제공하는 공급사를 규제할 수 있는 방안도 검토해야 한다. 이런 맥락에서 포털을 비롯한 뉴미디어의 법적 문제를 총괄하는 인터넷 및 디지털 미디어법'의 제정을 위한 준비 작업이 필요하다. 그리하여 매체간 비대칭적 규제와 규제의 경직성을 개선하는 방안을 포괄적으로 검토해야 한다.

셋째, 포털 업계의 차원이다. 인터넷신문의 제목을 분석한 조수선, 김유정의 연구를 보면, 선호도 차원에서는 선정적 제목이 정보성 제목보다 더 효과적이었지만, 본 기사를 클릭했을 때는 너무 선정적이거나 과장될 경우 신뢰도 저하가 일어났다는 결과는 포털업계가 참고해야 할 대목이다. 선정적 헤드라인에 대한 자율규제 방안이나 광고를 미끼로 기획되는 인터넷뉴스에 대해 '삼진 아웃제'를 적용하는 퇴출제도 도입도 하나의 방안이 될 것이다. 3회 이상 광고 강매행위가 적발되면 포털업계에서 퇴출시키는 '삼진 아웃제'도 구체적인 규제 방안의 하나일 것이다. 필요할 경우에는 정부, 국회, 법조계, 언론계, 포털사업자, 그리고 시민단체가 공동으로 지혜를 모아 유럽의 베텔스만재단(Bertelsman Foundation)같은 연구기구를 발족시키는 방안도 모색할 수 있다.

넷째, 사회 마케팅적 차원이다. 포털 혹은 온라인 저널리즘의 생산주체인 일반 시민들이 전문적인 지식을 갖춘 준전문인이 되었다. 다시 말해서 프로암(professional+amateur)들이 인터넷상의 여론을 주도하는 핵심 세력으로 떠오른 것이다. 이런 상황에서 시민들이나 프로암들이 뉴스 생산에 참여하는 방식은 기존의 전문가들의 뉴스생산 양식(개입적 태도, 기사작성 방식, 기존 언론에 대한 태도)과는 차이가 있다. 따라서 프로암이 주체가 되는 포털 저널리즘의 활성화나 공공성을 제고하기 위해서도 수익금의 일부를 사회에 환원하는 방안도 검토할 필요가 있다. 방송발전기금의 선순환 차원에서도 대형 포털 언론사에서 이를 먼저 시행하면 모범적인 사례로 평가받을 것이다.

### 포털의 뉴스 기능 개선 진지하게 고민할 시기

네이버, 다음, 네이버, 야후, 코리아닷컴, 파란 같은 포털에서는 이상에서 제시한 포털 환경의 개선방안에 대해 좀 더 진지한 고민을 해야 할 것이다. 기존의 권력을 대신할 생성되는 권력은 빠른 속도로 파워를 갖게 되겠지만, 언론 게이트로서의 역할을 제대로 하지 못할 경우에는 풍선에서 바람 빠져 나가듯이 한 순간에 네티즌의 외면을 받게 될 것이기 때문이다. 168년의 역사와 영국 최대의 발행부수를 자랑하던 티블로이드 신문 <뉴스 오브 더 월드>가 휴대전화를 해킹한 것이 발각되어 최근 폐간하기에 이르렀다. 윤리성을 망각하는 미디어는 언제 어떻게 사라질지 모른다. <뉴스 오브 더 월드>가 폐간되리라고 그 누가 상상이나 했겠는가? 포털의 뉴스 기능도 예외가 아니다. 우리는 미디어의 역사 교과서에서 그런 사례를 쉽게 발견할 수 있다. 포털의 관계자들 스스로가 언론 게이트로서 포털의 역할과 책임 문제를 다시 한 번 진지하게 생각해야 할 시점이다. **K A A**