

어뷰징 차단 알고리즘 도입과 실검 폐지가 답이다

포털 경영진, 언론 환경 개선의지 보여야



디지털 시대 저널리즘 황폐화의 상징으로 일컬어지는 ‘기사 어뷰징(abusing)’이 여전히 근절되지 않고 있다. 네이버와 카카오가 여론의 비판을 의식하여 뉴스제휴 심사 및 평가 등을 담당하는 ‘뉴스제휴평가위원회’를 가동한 후 그 결과물로 기사 어뷰징이 대폭 줄어들었다는 자료를 내놓았지만 관련 당사자들과 아무런 이해관계가 없는 필자는 물론, 많은 포털 이용자들은 이에 수긍하지 못하고 있다.

양사 포털의 실시간 검색어 순위 코너에 있는 키워드를 담아 올라오는 뉴스 양태를 살펴보면 알 수 있다. 두 회사가 구성된 뉴스제휴평가위원회는 양사의 포털에서 적발된 ‘중복·반복 기사’의 경우 지난해 12월 일평균 대비 95% 정도 감소했고 ‘제3자 기사전송’과 ‘동일 URL 기사 전면 수정’도 각각 84%와 96%가 줄어들었다고 최근 밝혔다.

포털들이 무엇을 기준으로 어떻게 측정하였는지 정확

히 알 수 없지만 어뷰징은 인간의 말초신경을 자극하는 돌발성 소재에 대해 집중되는 경향이 있기 때문에 특정 기사, 특정 시점에 대해 증감 여부를 판단해서는 별 의미가 없다. 어뷰징을 차단하는 완벽한 알고리즘을 개발하여 적용하지 않은 한 언제든지 폭증할 가능성이 있기 때문이다.

따라서 뉴스제휴평가위원회가 발표한 어뷰징 사례의 증감에 관한 수치는 큰 의미가 없다. 이런 노력들은 세간의 비판 여론을 반영했다는 점에서 긍정적이긴 하지만 근본적 처방이 되지 못한다. 단지 미봉책에 불과하다. 포털들이 뉴스제휴평가위원회를 가동하면서 실제 어뷰징을 방지하는 완벽한 알고리즘을 가동하지 않았을 뿐만 아니라 어뷰징을 야기한다는 비판을 받아온 실시간 검색어 순위 서비스와 같은 관련된 비즈니스 모델을 사익을 고려하여 개선하지 않았기 때문이다.

포털은 디지털민주화 시대 언론이다

네이버, 카카오와 같은 포털들이 일반 기업이라면 어부징 문제에 대하여 방관하거나 미온적으로 대처하는 듯한 그들의 비즈니스 양태가 크게 문제가 되지 않을 수도 있다. 비판도 지금처럼 비등하지 않을 것이다. 그러나 포털은 현재 오프라인과 온라인 언론사가 공급하는 뉴스를 기반 콘텐츠로 삼아 광고수입 기반의 다채로운 비즈니스를 수행하는 수익모델을 취하고 있기 때문에 엄연히 '언론'의 영역에 속하기에 문제가 된다.

언론은 사기업이기에 앞서 언론사이기 때문에 언론으로서 책무를 다해야 한다. 이것은 저널리즘의 절대 명제이다. 거꾸로 네이버, 카카오보다 수십 년 일찍 설립된 다른 언론들도 언론이기에 앞서 사기업이란 인식이 지배했다면 사회적 비판과 견제를 무시하고 매출 확대에 도움이 되는 별의별 사업을 펼치며 생태계의 포식자가 되었을 것이다. 역사적으로 정론지가 황색언론과 구분되어 신망을 쌓아온 이유도 사기업으로서의 과욕을 절제하며 언론의 정도를 지키기 위해 노력해왔기 때문이다.

건강한 저널리즘의 수행과 지속가능한 기업 경영은 언론사에게는 양립하기 어려운 가치이기에 숙명적인 딜레마이다. 매출을 늘리려 하면 저널리즘이 훼손되거나 오염되고 저널리즘의 원칙만 고수하자니 생존과 성장이 우려되는 상황이다. 오죽했으면 최근에는 언론은 산업이어서는 안 된다는 취지의 논문까지 나왔을까 싶다. 포털은 이제 디지털민주화 시대 이용자들의 사랑과 감시를 받는 엄연한 '언론'임을 부인할 수 없다.

따라서 포털들, 보다 구체적으로 얘기하면 포털의 대주주나 경영자들은 사기업에 이끈다는 생각에서 벗어나 건강한 환경에서 한 사회의 언론 문화를 이끌어 나갈 중대한 책무를 지니고 있다는 사실을 자각해 근본적인 대책을 내놓아야 한다. 언론사도 마땅히 다양한 어부징 근절 대책을 강구해야 하겠지만 이에 앞서 포털이 어부징을 유발하지 못하도록 완벽한 시스템을 구축해야 한다. 그래야 이러한 고질적인 폐습이 온전히 사라질 수 있다.

포털 자율적 어부징 대책 강구하는 게 바람직

다시 말해 포털은 뉴스 공급과 콘텐츠 체크 알고리즘을 혁



신해 어부징을 기술적으로 완벽히 차단하거나 어부징을 유발해온 검색어 순위 집계 서비스를 아예 폐지해야 한다. 검색어 서비스에 연동된 광고 수입은 당연히 포기하는 큰 그릇을 보여줘야 한다. 포털이 손해 볼 것이란 생각은 단견이다. 이용자들은 포털이 이런 조치를 취한다면 큰 박수를 보내고 감소하는 매출액보다 훨씬 가치가 큰 '신뢰'를 안겨다 줄 것이다.

어부징은 저널리즘의 측면에서 지극히 자연스러워야 할 의제설정 메커니즘을 방해하고 편집 기능마저 무력화한다. 언론사마다 창의적인 뉴스 콘텐츠를 생산해 경쟁하는 환경이 조성되어야 하는데, 이를 방해한다. 정론 경쟁이 아니라 남의 기사를 그대로 베끼거나 표절 논란을 피하기 위해 기사 앞뒤 문맥과 형식만을 바꾸어 전송하는 엉뚱한 경쟁이 벌어지기 때문이다. 광고를 하는 기업도 인위적으로 조성된 방문자 수 등에 의존해 광고요금을 지불하다보니 효율성과 투명성이 떨어져 피해를 보고 불신이 깊어지게 된다.

알파고와 같은 인공지능이 인간의 두뇌를 이기는 시대. 기계적 알고리즘 단계를 넘어 인공지능을 적용한 어부징 방지 시스템을 개발하는 것도 이젠 불가능하리라 보지 않는다. 오직 포털 경영진이 결단할 문제다. 이 문제가 해결되지 않는다면 다가올 제20대 국회에서 '기사 어부징 방지법'(가칭)이 만들어지지 않으리란 보장이 없다. 이런 규제가 생겨나기 전에 자율적으로 대책을 강구하는 것이 훨씬 바람직하다. **K A A**