

저널리즘의 실종 포털 뉴스 유통 개선 시급



지난 6월 3일 <헤럴드경제>는 전남 신안군 흑산도에
서 발생한 성폭행 사건을 기사화하며 헤드라인을 '만취한
20대 여교사 몸속 3명의 정액... 학부형이 집단강간'이라
고 뽑아 적잖은 충격을 주었다. 그야말로 자극적 선정적
표현의 막장을 보여주는 사례였다. 이는 곧장 SNS를 통해
빠르게 확산됐고, 네티즌들은 "피해자를 두 번 죽이는 짓"
이라고 공분하면서 헤럴드경제 사옥과 언론중재위원회
앞에서 해당 보도를 규탄하는 1인 시위까지 벌였다. 결국
헤럴드경제는 해당 기사를 삭제하고, 다음날 자사 웹사이
트에 사과문을 게재했다. 홍정욱 회장이자 언론사 사주로는
이례적으로 자신의 SNS를 통해 "편집에는 관여하지 않는
다는 원칙을 지켜왔으나 회장이자 대주주로서 도의적 책
임을 통감한다"며 "기자 윤리교육을 강화하고 성폭력 및
성 차별에 대한 인식을 확고히 심어 이 같은 잘못을 되풀
이하지 않도록 노력하겠다"고 사과했다.

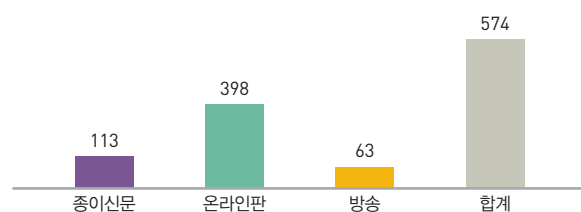
비단 헤럴드경제뿐만 아니라 포털 뉴스에 올라오는 기
사 제목을 보면 눈살을 찌푸리게 하는 선정적, 폭력적, 자
극적인 낚시성 헤드라인들이 즐비하다. 클릭해보면 제목

과는 무관한 수준 낮은 기사에 실망하기 일쑤다. 이런 행
태가 끊이지 않는 것은 결국 무리한 트래픽 경쟁 때문이
다. 한 인터넷언론 기자는 "포털을 통한 트래픽 중심의 뉴
스 소비 구조라는 독특한 국내 상황에서 생존 경쟁에서
살아남기 위해서는 이런 옐로저널리즘의 행태가 반복될
수밖에 없다"고 말했다.

옐로저널리즘 온라인 매체에서 심각한 수준

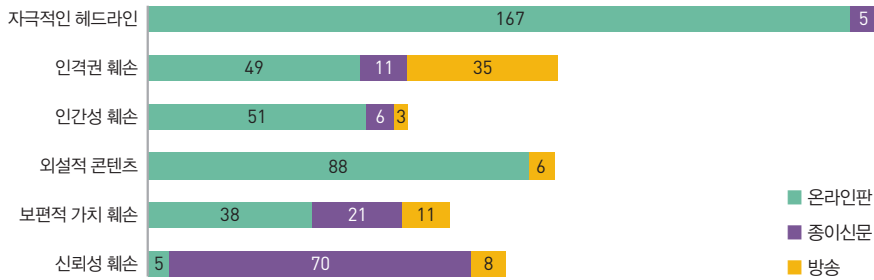
<더피알>은 8월 3일자 기사에서 "옐로저널리즘 실태
가 어느 정도인지 살펴보기 위해 2015년 5월부터 2016
년 5월까지 한국신문윤리위원회와 방송통신심의위원회

<표 1> 매체 유형별 문제점 수



*자료 : 더피알

〈표 2〉 항목별 문제점 수



*자료 : 더피알

의 심의결과를 전수 조사해 1년간 신문과 방송을 통해 드러난 옐로저널리즘 행태를 수치화했다”고 보도했다. 조사 결과, 총 84개 매체(종이신문 37개, 신문사 온라인판 36개, 방송 11개)의 478개 기사 및 프로그램에서 574건의 옐로저널리즘 행태가 발견됐으며, 이 가운데 온라인판이 398건으로 80% 이상을 차지한 것으로 나타났다. 종이신문은 113건, 방송은 63건으로 집계됐다. 더피알은 “온라인상에서 트래픽 유치를 위한 언론들의 지나친 경쟁을 단적으로 보여주는 수치”라고 밝혔다. 또한 “옐로저널리즘의 행태별 기준으로 보면 온라인에서는 자극적 헤드라인(167건)과 외설적 콘텐츠(88건)가 두드러졌으며, 이는 온라인판에서 선정성 문제가 심각하다는 결론이 도출된다”고 지적했다.

최근 한국언론진흥재단이 영국 옥스퍼드대 로이터저널리즘연구소와 함께 실시한 연구에서는 세계 26개국 5만3330명의 뉴스소비행태를 조사한 결과 ‘뉴스를 주로 컴퓨터나 모바일로 본다’는 답변이 한국의 경우 86%였고, 응답자의 60%는 네이버와 카카오 같은 포털에서 뉴스를 소비하는 것으로 나타났다. 포털 중심의 뉴스 소비구조는 읽어야 할 기사보다는 많이 읽히는 기사를 추구하게 만들고, 좋은 뉴스를 생산하기보다는 선정적이든 폭력적이든 자극적인 낚시성 기사의 유혹을 뿌리치지 못하게 만들고 있다.

문제 언론 공개하고 포털 뉴스 유통 차단해야

이런 포털 뉴스 유통의 문제점을 개선하고자 뉴스제

휴평가위원회를 만들었으나 업계에서는 “출범한지 6개월이 넘도록 도대체 무엇을 했는지 모르겠다”라는 반응 일색이다. 입점 및 퇴출을 둘러싼 모호한 기준에 대한 불만과 불신, 공정성 시비가 끊이지 않기 때문이다.

지난 5월 27일 뉴스제휴평가위원회는 ‘뉴스 검색 및 퇴출’과 관련한 발표를 했다. 검색제휴 신청을 한 매체 602개 중 신규 입점을 확정된 매체는 70개였다. 퇴출 매체는 단 하나도 없었다. 제휴심사를 통과한 70개 매체 중에는 자체 기사를 생산하지 않거나 기사가 전혀 없는 등 포털의 제휴 조건을 충족하지 못한 매체도 일부 포함된 것으로 알려졌다. 어뷰징 기사의 대표적 사례인 바이라인(기자명)을 ‘온라인뉴스팀’이나 ‘디지털뉴스부’로 송출하는 매체들도 버젓이 심사를 통과해 심사기준에 대한 의문을 남겼다. 업계에서는 명확하고 공정한 심사를 위해 입점매체의 심사평가 결과를 공개해야 한다고 주장하고 있다.

퇴출 기준 역시 재정비가 필요하다는 목소리가 크다. 김병희 뉴스제휴평가위원회 퇴출위원장(서원대 교수)은 “6월 현재 네이버와 다음에 제휴된 매체 중 부정행위 적발매체는 181개(콘텐츠 제휴+검색제휴)인데, 이중 3개 매체에 대해 24시간 포털 검색 노출 중단의 제재를 취했다”고 밝혔다. 그러나 업계에서는 “3개 매체를 비공개할 이유가 없다. 오히려 주의 환기를 위해서라도 공개해야 한다”고 입을 모은다. 김 위원장은 “올해 하반기에 퇴출에 대한 제재 및 벌점 기준, 부정행위 유형 등의 기준을 보완할 계획”이라고 말했다. **KA A** 이수지 기자 susie@kaa.or.kr