

# 포털법 제정해 뉴스 유통의 책임 강화해야

## 기업 홍보담당자 95.5% 포털법 제정 찬성

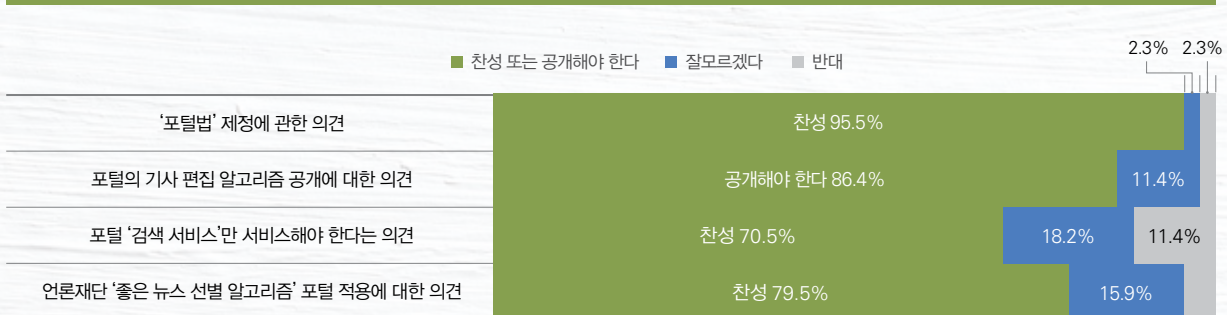


포털 뉴스의 공정성 시비가 끊이지 않는 가운데, 이를 해결하기 위해서는 실검 서비스 개선, 뉴스 어뷰징 근절, 뉴스 유통의 책임과 권한, 기사 편집 및 배열을 규정한 포털법을 제정해야 한다는 주장이 나와 관심을 끌고 있다.

한국광고주협회가 최근 기업의 홍보담당자 200명을 대상으로 조사한 결과에 의하면, 포털은 실질적으로 언론의 역할

을 하고 있지만 공적 책임은 일체 지지 않고 있다며, 포털법을 제정해 뉴스 유통의 책임을 강화해야 한다는 응답이 95.5%로 나타났다. 또 포털의 기사 편집에 대한 알고리즘을 공개해야 한다는 대답은 86.4%, 포털이 뉴스 유통을 중단하고 구글(Google)처럼 검색 서비스만 제공해야 한다는 의견도 70.5%로 나타났다.

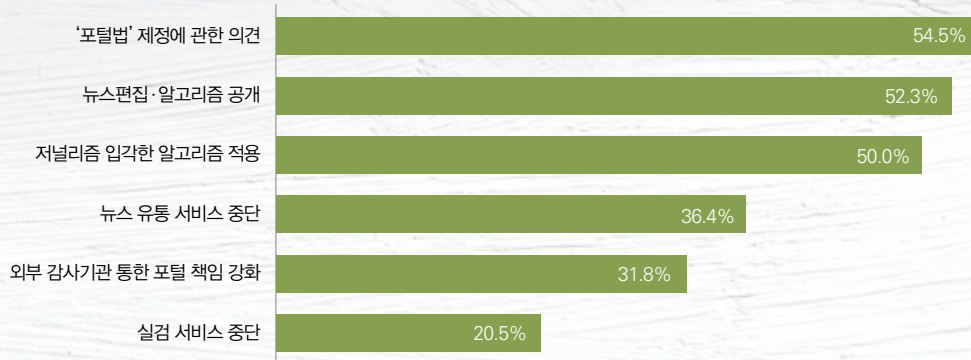
<표 1> 포털 관련 기업 홍보담당자 의견



※ 11월 22일~12월 7일, 200대 기업 홍보담당자(응답자 44명, 회수율 22%) 이메일 설문

〈표 2〉 포털 뉴스 서비스 폐해에 대한 대응 방안

(단위: %, 복수응답)



국민의 80%가 포털을 통해 뉴스를 소비하고 있는 상황에서, 포털의 뉴스 서비스에 따른 문제점을 해결하기 위한 방안으로는 포털의 사회적 책무를 강화하는 포털법을 제정, 적용해야 하고(54.5%), 뉴스 편집 및 검색 알고리즘을 공개(52.3%), 저널리즘에 입각한 알고리즘 적용(50.5%), 뉴스 유통 서비스 중단(36.4%), 외부 감사기관 통한 포털 책임 강화(31.8%), 실검 서비스 중단(20.5%) 순으로 나타났다.

광고주협회 광학 조사본부장은 “사실상 언론 역할을 하고 있는 포털에 대한 책임성 부여는 더 이상 미룰 수 없는 과제”라며 “포털은 기사의 공정성과 객관성 검증 시비부터 최근 기사 재배열 논란까지 문제가 생길 때마다 임기응변식의 개선방안을 내놓았지만 실질적으로 해결된 것은 아무것도 없다”고 지적했다.

일례로 무분별한 포털 제휴매체의 난립 문제점을 해결한다는 명목으로 2015년 설립된 제휴평가위원회는 입점매체 선정을 위한 심사에만 매달려 어뷰징·표절 등을 일삼는 매체에 대한 견제와 감시활동은 소홀히 해왔다는 지적이 많다. 현재 포털에 제휴된 매체 수는 약 1,700여개, 이중 평가위에서 새로 추가한 매체만 해도 200여개에 이른다.

2014년 네이버가 발족한 뉴스편집자문위원회 또한 그 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다는 평이다. 네이버는 자문위원회를 통해 기사편집(배열) 및 뉴스 유통 서비스에 대한 검토와 모니터링을 해오고 있다고 하지만, 이는 사후

에 이루어지는 형식적 조치일뿐만 아니라, 자문위원들이 실질적으로 검증에 참여하고 있는지도 알 수 없다는 의견이다.

한국광고학회 김주호 회장은 “현재의 포털 뉴스 유통 서비스는 무분별한 인터넷매체 양산과 뉴스 어뷰징 등 각종 폐해의 원인이 되고 있다”며 “포털이 뉴스 서비스를 포기할 수 없다면 언론사에 준하는 책임을 지는 것은 당연하다”고 포털법 제정의 필요성을 지적했다.

한편, 광고단체총연합회, 광고주협회, 광고산업협회, 광고학회를 중심으로 한 광고계는 “과도한 트래픽 경쟁으로 인한 뉴스 어뷰징 증가가 뉴스 품질 하락을 가져오고 일부 사이비언론의 숙주 역할을 하고 있다”며 지난 2013년부터 포털 뉴스 유통 서비스 개선을 위한 법률 제정 청원을 꾸준히 제기해 왔다.

지난 6월에도 광고계는 실검 서비스 개선 및 뉴스 어뷰징 근절, 뉴스 유통 책임, 기사배열 등을 규정하는 포털법 마련을 제정해 줄 것을 문화체육관광부 등 정부에 건의한 바 있다.

한국광고주대회가 열렸던 지난 10월 26일에는 ‘2017 광고주선언’을 통해 “광고주는 포털상의 어뷰징 및 가짜뉴스를 근절하고, 건강한 인터넷문화 형성을 위해 저널리즘 가치가 반영된 검색 알고리즘의 매체 적용과 확산에 노력해 나간다”는 의지를 표명하기도 했다. **K A A**

유재형 yoojh1999@kaa.or.kr