

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 응당 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 속도경쟁 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



리 문제와 관련하여 다음과 같은 몇 가지를 지적하지 않을 수 없다.

첫째, 객관적으로 검증되지 않은 언론사의 뉴스를 성급하게 노출시키는 경우가 많았다. 둘째, 폭로성 위주의 수준 미달 기사나 별 다른 내용이 없는 '낚시성' 기사로 포털 뉴스의 신뢰성을 떨어뜨리는 경우가 많았다. 셋째, 지나치게 많은 언론사와 제휴함으로써 유사한 내용이 중복해서 보도되고 과잉 노출되는 경우가 많았다. 넷째, 대형 포털과 제휴 관계를 맺고 있다는 사실을 빌미로 군소 인터넷언론사에서 횡포를 부리는 경우도 적지 않았다. 다섯째, 포털에서 언론사 사이트로 링크할 경우 이른바 폭탄광고나 해파리광고, 또는 거머리광고 같은 광고 노이즈가 극심한 경우가 많았다. 여섯째, 오보 기사나 부정적 기사가 나오는 경우가 자주 발생하고 이에 따라 기업에서 심각한 피해를 보는 경우도 있지만 포털에서는 이런 문제를 조율하고 조정하는데 소극적인 태도를 보여 왔다는 점이다.

포털이 전통적인 언론을 대신하게 될 새로운 언론권력으로 떠오른 상황에서 앞에서 지적한 문제들이 계속된다면 그 후유증은 심각할 것이다. 향후 저널리즘은 개인화된 대중으로서의 개중(個衆)이 댓글을 달면서 뉴스의 개인화를 초래하기 때문에(임종수 교수), 꼬리에 꼬리를 물면서 후유증이 반복될 가능성이 크다. 그렇기 때문에 지난 2008년에 유엔미래포럼은 저널리즘의 새로운 방향성을 모색하지는 다각적인 논의를 거쳐 포털 저널리즘의 윤리관을 재정립해야 한다는 입장을 천명했을 터이다. 언론산업에 있어서 비즈니스 영역과 저널리즘 영역에서의 갈등 양상을 분석한 연구에서는 비즈니스 영역이 저널리즘 영역에 상당한 영향을 미치고 있다는 실증적인 연구 결과를 제시하였다. 즉, 광고주가 신문과 방송의 편집자에게 우회적인 방법으로 압박을 가한다는 말이다. 이러한 상황도 결코 바람직하지 않지만 현재 우리나라의 포털 생태계를 보면 특이하게도 광고주가 포털 언론사의 눈치를 보는 상황도 많을 것 같다.

반론권 보장, 제휴언론 조건 강화, 삼진아웃제 등 구체적 개선책 필요

그렇다면 언론 게이트로서의 포털 사이트의 개선점은 무엇일까? 언론 게이트로서 많은 영향을 미치는 포털의 환경을 개선하는 방안을 모색해보면 다음과 같다.

첫째, 저널리즘의 차원이다. 포털 저널리즘의 새로운 방향성을 모색해야 하며, 다각적인 논의를 거쳐 포털 저널리즘의 윤리관을 재정립할 필요가 있다. 보다 구체적으로, 포털의 메인 페이지에 반론 의견을 개진할 수 있는 코너 신설함으로써, 선정적 기사나 낚시성 기사에 대한 대책을 강구하거나 네티즌의 반론권을 보장해야 한다. 그리고 포털의 기사 내용을 모니터링할 ombudsman 제도나 시민모니터위원회의 기능을 강화하고, 오보 기사에 대한 협의 창구를 마련하는 문제를 검토해야 한다. 또한, 포털의 편집권을 담당하는 분들에게 전문성과 윤리성 교육을 실시함으로써 저널리스트들의 자존감을 회복시키는 문제도 시급하다.

둘째, 언론 법제의 차원이다. 포털은 한국방송통신위원회의 규제를 받도록 되어있지만 다른 매체에 비해 규제 수준이 매우 낮은 편이다. 또한 방송법과 신문법은 포털 뉴스 규제의 틀이 좁고, 검색사업자법은 시장규제 정



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 차원에서 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**