

포털, 건전하고 투명한 언론환경 조성 위해 노력해야

올해도 여전히 포털의 뉴스 유통문제는 논란의 연속이었다. 네이버와 카카오는 최근 1년 동안 몇차례 뉴스 서비스를 개정해왔다. 지난해 10월 카카오가 연예 뉴스 서비스를 중지한데 이어, 올해 3월에는 네이버도 연예 뉴스 댓글을 폐지했다. 8월에는 양사 모두 스포츠 뉴스 댓글을 잠정 중단했고, 10월 23일에는 네이버가 뉴스서비스에서 ‘많이 본 뉴스’와 ‘댓글 많은 뉴스’ 등 랭킹 뉴스 서비스를 폐지했다.

최근에는 한 여당 국회의원이 포털 사이트의 뉴스 메인페이지 편집과 관련해 불만을 제기해 정치적 논란의 중심에 선 바 있고, 일각에서는 포털 알고리즘의 공정성 문제를 제기했다.

이처럼 ‘드루킹 사건’으로 대변되는 뉴스댓글 조작을 시작으로 실시간 검색어 조작, 뉴스 어뷰징 등 포털 뉴스 서비스에 대한 비판은 최근 몇년간 지속적으로 제기되어 왔

고, 그럴 때마다 양대 포털은 뉴스 서비스를 개선해왔다.

하지만 포털은 이렇다 할 성과를 거두지는 못했다는 평가다. 네이버의 이번 개정에 대해서도 뉴스 소비자들이 다양한 매체의 기사 서비스를 선택해 받아볼 수 있다는 점에서는 긍정적이지만 여전히 우려의 목소리도 많다. 가장 큰 것은 포털의 AI기반 뉴스 추천 알고리즘에 대한 신뢰성과 중립성이 아직 확보되지 않았다는 시각이다. 포털 AI 알고리즘을 만들고 학습시키는 것은 결국 ‘사람’이라는 점에서 편향성이 나타날 수 있다는 것이다.

실제로 국민일보의 기사를 통해 “인공지능 알고리즘을 만드는 것도 사람의 영역인 만큼 누가 어떤 기준으로 AI 시스템을 만드는지에 대한 검증이 필요하다”고 보도했다.

황근 신문대 언론학과 교수도 문화일보를 통해 “우리 포털사들 역시 영업비밀이라는 이유로 (알고리즘) 공개를 거부하고 있다”며 “알고리즘이 특정 목적을 위해 악용되

라도 사람들은 알 수 없다는 근원적 위험성이 내재돼 있는 것”이라고 말했다.

논란이 커지다보니, 포털이 뉴스서비스를 그만두어야 한다는 얘기까지 나오고 있다. 조선일보는 9월 14일 <네이버, 카카오 모두 뉴스 장사 그만둬야 한다>는 제목의 사설을 통해 “권력이 포털에 압력을 가해 언론을 장악하는 구조가 드러난 이상 포털의 뉴스 장사는 이제 막아야 한다”며 “초기 화면에서 뉴스를 없애고 뉴스를 임의로 편집할 수 없도록 해야 한다”고 주장했다.

서울대 언론정보학과 윤석민 교수는 10월 26일 조선일보 칼럼을 통해 “포털 뉴스의 축소 내지 중단은 언론 생태계의 현실 및 이용자들의 편익 차원에서 현실적이지도 바람직하지도 않다”며 “결국 포털 뉴스를 유지하되, 그 감독 권한을 사회에 환원하는 것이 대안이다. 포털 뉴스의 정치적 독립, 투명성, 수월성 같은 규범적 목표를 책임질 사회적 대표자 기구, ‘독립적 거버넌스’의 설립이 필요하다”고 의견을 제시했다.

저널리즘 가치 반영된 검색 알고리즘 적용 등 뉴스서비스 개선 필요

그렇다면, 기업 광고 및 홍보 담당자는 포털의 뉴스서비스에 대해 어떤 의견을 가지고 있을까?

올해 초 200대 광고주를 대상으로 진행한 ‘2020 광고·홍보 환경 개선 설문조사’ 결과를 보면, 응답자의 61.5%는 포털의 실시간 검색어 서비스 폐지에 찬성하는 것으로 나타났다. 포털 뉴스서비스와 관련해서는 76.9%가 포털이 뉴스서비스를 중단하고, 구글(Google)처럼 검색서비스만 제공해야 한다고 응답했다.

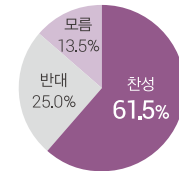
포털 알고리즘의 투명성에 대해서도 강조했다. 2018년 말 진행한 ‘네이버 뉴스 개편안에 대한 광고주 인식 조사’ 결과, 포털의 자동추천 뉴스 알고리즘과 관련해 72.5%의 응답자가 ‘알고리즘을 공개해야 한다’고 답한 것으로 나타났다.

이어 ▲제휴 중단 (85.0%) ▲포털의 자체 어뷰징 실태 조사 실시 및 분기별 발표 (45.0%) 순으로 조사됐다.

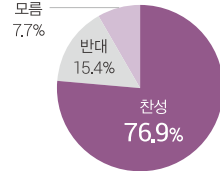
한 기업 홍보 담당임원은 “포털은 뉴스서비스에 대한 논란이 수면위에 올라오면 늘 ‘외부에 맡기고 있다’라는

〈그림 1〉 광고·홍보 환경 개선 설문조사

실시간 검색어 서비스 폐지 관련 의견



뉴스 서비스 폐지 관련 의견



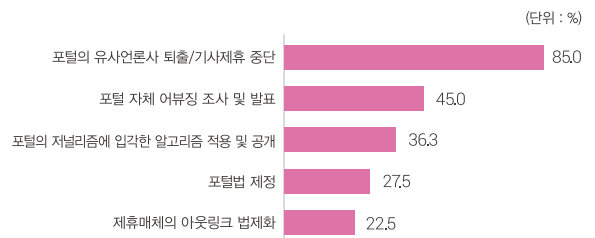
*2020.1.31~ 2.7, 39개 기업 52명 응답.

〈그림 2〉 포털 알고리즘 공개 여부



*2018.11.13 ~ 11.29, 53개 기업 80명 응답.

〈그림 3〉 건전한 언론환경 조성 노력 사항



*2018.11.13 ~ 11.29, 53개 기업 80명 응답.

‘방패막이’로 여론을 잠재워왔다”며 “포털이 사이버언론을 양산하는 주범이라는 지적에 ‘제휴평가위원회’를 설립했고, 정치적 중립성이 부족하다는 지적에는 편집위원회로 응수했다. 이번 기사 배치 논란에도 포털은 AI 알고리즘을 새로운 방패로 사용하고 있는 모습”이라고 말했다.

광고주협회 광혁 상무는 “협회는 과도한 트래픽 경쟁을 부추기는 포털 뉴스 유통구조를 실검 조작 및 뉴스 품질 하락 원인으로 꼽고, 2013년부터 포털 뉴스 유통서비스 개선을 위한 법률 제정 청원을 꾸준히 제기해왔다”며 “앞으로도 협회는 포털 뉴스제휴평가위원회 활동 평가, 실시간검색어 서비스 개선 요청, 저널리즘 가치가 반영된 검색 알고리즘 적용 및 공개 건의 등 건전한 인터넷 문화 형성을 위해 노력하겠다.”고 전했다. **KAA**

유재형 yoojh1999@kaa.or.kr