

한국의 포털 뉴스

202110795 김경준

- ① 에세이의 기본은 다루는 내용에 따라 장과 절을 명확히 구분하여 작성해야 함. 따라서 서론-본론-결론을 명확하게 구분하고, 본론에서도 다루고 있는 내용에 근거하여 장과 절을 구분해서 작성할 것.
- ② 또한 장과 절을 구분할 경우, 각 장과 절에 소제목을 달아 어떤 이야기가 전개되는 지에 대한 것을 독자에게 안내할 것.
- ③ 참고한 문헌들이 제법 있음에도 불구하고, 본문에 인용한 부분에 대한 출처(각주)를 밝히고 있지 않음. 각주를 꼼꼼하게 정리할 것.
- ④ 표 또는 차트 등 시각적인 자료를 더 적극적으로 활용하는 방안을 검토해볼 것.
- ⑤ 교재의 5장을 참고하여 글의 전체적인 구성을 재조정할 것.

→ 포털의 문제점이 무엇인지 분명하고 명확하게 몇 가지 내용으로 구분해서 논증을 전개할 필요성이 있음.

→ 포털은 언론인가, 아닌가? 포털은 언론의 역할을 하고 있는가, 그렇지 않은가? 이러한 논의의 구분을 통해서 포털의 공정성과 책임성을 강조하는 주장으로 나아갈 필요성.

1. 서론

[스페이스바 두 칸 띄어쓰기] 4차 산업혁명의 시대라고 불리는 요즘, 여러분은 새로운 소식을 어디에서 접하는가?

그동안 신문과 라디오 그리고 TV 뉴스는 기존의 '언론'으로서 새로운 소식과 시민들의 알 권리를 충족시켜주었다. 그러나 인터넷의 발달과 함께 사람들은 기존의 언론이 가져다주는 정보만으로는 부족해 보이는 듯하다. 인터넷의 빠름에 동화되어 그 소모 속도가 뉴스 콘텐츠의 공급을 초과해버린 것이다. 속칭 빨리빨리 문화를 갖고 있는 한국뿐만 아니라 세계적으로도 이미 커뮤니티 사이트 등에서 퍼지는 정보는 사실관계를 차치하고 그 영향력을 무시할 수 없게 되었다는 것은 대부분이 동의할 것이다. 하지만 이용자의 익명성과 알 수 없는 정보의 출처는 커뮤니티 사이트를 언론기관이라고 부를 수 없게 만든다. 신빙성과 공정성이 떨어지기 때문이다. 그렇다면, 과연 현대인의 뉴스 콘텐츠 즉 언론의 수요를 맞추기 위해서 어떤 방법이 있을까? 포털사이트는 그 답을 찾았다.

포털사이트는 인터넷을 이용할 때 처음으로 접속하게 되어있다. **포털사이트 사업의 강력한 무기는 바로 포털사이트 접속자 수이다.** 이 접속자 수는 광고주가 포털사이트에게 눈독을 들이기에 충분했다. 따라서 포털사이트는 이용자가 계속 사이트에 접속하고 있도록 하기 위해서 여러 방면으로 장치를 마련했다. 블로그, 카페, 메일, 웹툰 등이 그 예이다. 그중에서도 언론사와 제휴를 맺어 뉴스를 제공하는 서비스는 이용자 수를 가장 많이 늘릴 수 있는 효과적인 수단이었다.

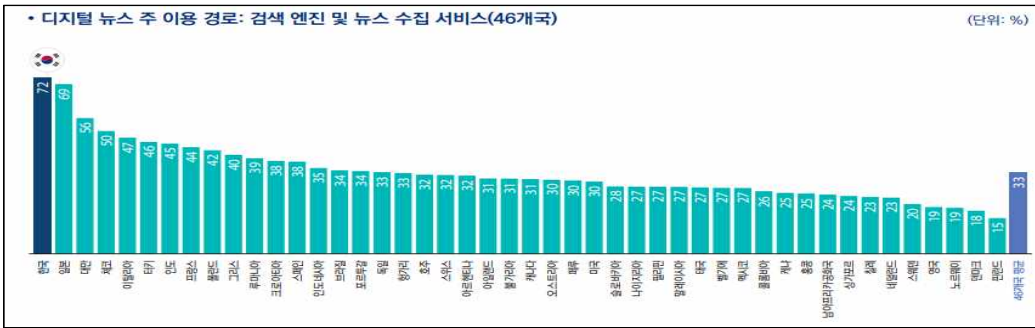


표1 '디지털 뉴스 리포트 2021 한국' - 디지털뉴스 주 이용 경로 : 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스

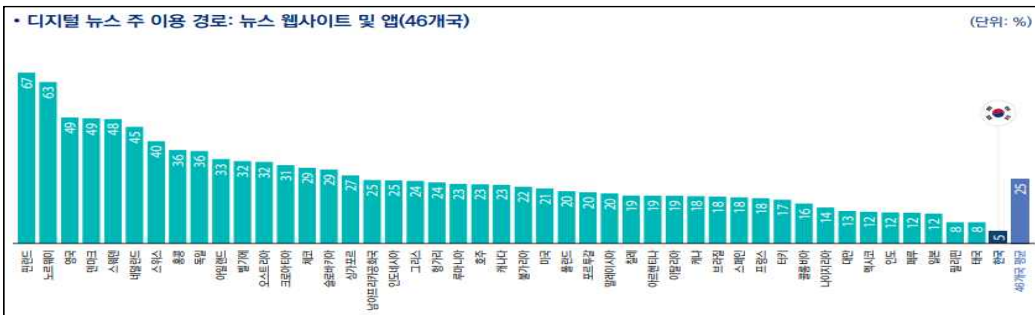


표2 '디지털 뉴스 리포트 2021 한국' - 디지털뉴스 주 이용 경로 : 뉴스 웹사이트 및 앱

한국언론진흥재단이 기획한 '디지털 뉴스 리포트 2021 한국'의 두 표를 보면, 한국에서는 뉴스 웹사이트 및 앱 이용률이 46개국 중 최하위임에 반해 검색엔진 및 뉴스 수집 서비스의 이용률은 최상위이다. 이렇게 인터넷 시대에 맞춰 포털사이트에서 제공하게 된 뉴스 서비스는 적어도 한국에서는 대성공이었다.¹⁾

하지만 포털뉴스 서비스의 이용률이 언론사를 한참 앞지르면서, 포털을 '언론'으로 여겨야 하는지에 대한 새로운 문제가 생겼다. 황용석 건국대 신문방송학과 교수의 '포털뉴스의 언론적 특성과 그 영향'에 따르면, 포털의 '뉴스를 전달'하기만 하는 행위는 언론을 '언론인에 의해 만들어진 뉴스의 제작, 전송, 복사행위'로 보는 전통적인 관점에서 본다면 불안정한 언론구조를 갖고 있다. 포털뉴스는 뉴스의 재매개 기능을 기본으로 하기 때문이다. 이런 특성은 법으로도 잘 드러난다. 포털뉴스는 신문 등의 진흥에 관한 법률(약칭 신문법)에 따르면 인터넷 신문이 아니고, 공직선거법에 따르면 인터넷 언론이다. 법에서조차 포털뉴스를 언론으로 보는데 대한 관점이 다르기 때문에 여러 혼선이 벌어질 것으로 보인다.

2. 본론: 소재목을 달아서 어떤 내용이 개진되고 있는지 독자에게 알려주는 일을 해야 한다.

→ 여기서부터 새로운 이야기가 시작되고 있음.

포털사이트가 언론인지 아닌지 따지기 전에, 포털사이트가 어떤 식으로 뉴스 서비스를 제공 하는지 알아볼 필요가 있다. 앞서 밝혔듯이 포털사이트는 이용자들의 접속량을 유지하기 위해서 서비스를 제공한다. 이 서비스는 다른 뉴스 사이트와 링크를 연결하여, 보다 자세한 뉴스 정보를 검색하거나, 때로는 자체 편집진에 의해 기존 뉴스를 분류하거나 설명을 덧붙이는 서비스를 포함한다. 포털사이트는 언론사와 제휴를 맺어 포털사이트가 생성해놓은 페이지에 뉴

1) 출처를 정확히 밝혀야 할 것.

스가 올라오도록 한다. 즉, 포털사이트가 언론사가 내놓은 기사들을 사이트 이용자들에게 적극적으로 알리는 역할을 한다는 뜻이다.

우리 헌법에서는 언론/출판의 자유와 언론/출판에 대한 허가제 금지를 규정하고 있지만, 언론의 개념이나 언론성에 대해서는 명확하게 정의를 내리지 않고 있다. 대신, 표준국어 대사전 에 따르면, 언론은 매체를 통하여 어떤 사실을 밝혀 알리거나 어떤 문제에 대하여 여론을 형성하는 활동이다. 이 정의에 따르면 언론은 ‘어떤 사실을 밝히는 기능’과 ‘알리는 기능’을 갖고 있어야 한다. ‘어떤 사실을 밝히는 기능’은 취재의 기능, ‘알리는 기능’은 보도의 기능이라고 하겠다. **첫번째로**, 포털사이트는 기사를 게재하는 공간을 사이트 내부에 따로 만든 것으로 보아 보도의 기능을 갖고 있다고 볼 수 있다.

두 번째, 포털사이트의 취재기능의 유무는 이 논란에서 가장 의견이 첨예하게 대립하는 문제이다. 우선 포털사이트가 기사를 올릴 수 있는 배경을 알아보아야 한다. 확실히, 포털사이트는 본질이 포털사이트인 이상 취재원이 존재하지 않다는 점이 있다. 취재를 할 수 없는데 뉴스를 생산할 수 없는 법이다. 그러나 포털사이트는 기존의 언론사가 취재를 통해 신문 기사를 작성하기도 했지만, 통신사의 뉴스를 구매하여 기사를 올리거나, 제보를 받아 사실확인 후 기사를 작성하는 경우가 있다는 것을 이용했다. 본래 언론사가 아닌 포털사이트는 그 점에서 착안하여 언론사와 제휴 계약을 맺어 포털사이트에 뉴스를 게재하기 시작했다. 그뿐만 아니다. 포털사이트에는 한 언론사의 기사들만 나열되어있는 것이 아니라 여러 언론사들의 기사들을 손쉽게 볼 수 있어 뉴스 독자로 하여금 교차검증을 통하여 사실 확인을 하는 것이 신문을 구독해 읽거나 방송보도에서 확인하는 것 보다 쉽고 빠르다는 장점또한 얻을 수 있었다.

물론 포털사이트는 자체 기사 제작능력이 없으므로 취재의 기능이 존재하지 않는다고 생각할 수도 있다. 하지만 한가지 예시를 통해 포털사이트의 언론사 제휴로 인한 기사 게재 활동이 취재의 역할을 충분히 할 수 있다는 것을 알 수 있다. A기자는 과학잡지에 실린 새로운 논문에 대한 기사를, 또 B 기자는 대통령이 발표한 새로운 정책을 소개함과 동시에 전문가C가 D 방송에 나와 분석한 내용을 기사로 썼다고 치자. A기자는 논문을 쓸 능력이 되지 않고, B 기자는 정책 분석을 할 능력이 되지 않음에도 두 기자는 특정 주제를 소개하는 내용의 기사를 썼다. 심지어 B 기자는 직접 인터뷰를 하지 않고 방송 매체에 나온 전문가 C의 말을 그대로 인용하였다. 그럼에도 불구하고 이와 같은 기사는 독자들에게 ‘매체를 통하여 어떤 사실을 밝혀 알리는 활동’에 부합한다. 새로운 정보를 직접 발로 뛰어서 취재하지 않고도 얻을 수 있었기 때문이다. 그렇다면, 언론사에 의해 검증된 기사를 포털에 등록하는 포털 뉴스 또한 사실을 알리는 취재 활동을 한다고 봐야 타당할 것이다. 따라서 포털사이트 뉴스는 언론사 자체의 사실확인이 들어감과 동시에, 독자들의 능동적인 사실파악이 가능하다는 점에서 기존의 신문이나 TV방송보다 신뢰성을 높이기 쉬운 취재 기능을 갖고 있다고 볼 수 있다.

그렇다면, 과연 취재와 보도의 기능을 갖고 있다고 하여서 언론의 기능을 완벽히 해낼 수 있을까? 김덕만 2005년 당시 공보담당관이 국민권익위원회에 게재한 ‘새로 쓰는 신문사 조직의 이해’라는 글에는 ‘신문사의 편집국은 신문 기자들이 취재보도 활동을 하고 기사를 작성해 신문을 제작하는 심장부’라고 표현했다. 이 표현에서 보이듯, 단지 취재한 정보를 나열하는 것 이외에도 어떻게 독자들에게 내보낼 것인가를 결정하는 것 또한 언론의 중요한 일임을 알 수 있다. 다시 말해, ‘편집권’의 행사이야말로 신문을 제작하는 언론의 역할인 것이다. 간단한 예를 들자면 신문의 경우 넘겨서 보는 종이 매체의 특성상 편집부가 가장 주목을 받아야 한다고 판단한 가사가 1면에 게재된다. 포털사이트의 경우는 어떨까? 포털사이트는 각 언론사에게 기사를 제공받아 포털사이트에 게재하는 형식으로 뉴스 서비스를 제공한다. 포털은 편집자가

존재하여 기사를 직접 배치하거나 네이버, 카카오와 같은 경우에는 AI에 의하여 사람마다 자동으로 기사가 배치된다. 이때 포털사이트 회사가 편집을 행사하는 주체가 되기 때문에, 포털사이트가 편집권을 갖고 있다고 보기에 충분하다. 편집자가 사람인지 AI 알고리즘인지는 중요하지 않다는 것이다.

3. 본론: 소재목

→ 여기서부터 새로운 이야기가 시작되고 있음.

지금까지 포털뉴스 서비스는 취재부, 보도부, 편집부가 존재하는 기존 언론과 동일하게 취재, 보도, 편집의 기능이 있다는 것을 확인했다. 또한, 포털 뉴스 서비스는 이용자 수를 기반으로 한 광고 등으로 얻는 수익을 위해 적극적으로 뉴스서비스를 시작했다는 점을 미루어보아 그 의도성 또한 확실하다. 이것은 포털 사이트의 뉴스기사 제공 서비스가 '매체를 통하여 어떤 사실을 밝혀 알리거나 어떤 문제에 대하여 여론을 형성하는 활동'인 언론의 정의에 부합함과 동시에, 기존 언론과 유사성을 갖고 있다는 점을 의미한다. 이로써 우리는 포털뉴스가 언론의 기능을 한다고 결론지을 수 있게 되었다.

포털의 언론으로서의 기능은 증명이 되었지만, 언론윤리와 책임의 면에서는 어떨까? 우선 기존 언론은 어떤지 살펴보도록 하자. 언론기본법 제 3조 언론의 공적책임 2항 '언론은 공익사항에 관하여 취재, 보도, 논평 기타의 방법으로 민주적 여론형성에 기여함으로써 그 공적임무를 수행한다.'와 한국언론진흥재단에 게시된 언론 자율 규정 서론의 '언론은 인권을 옹호하며, 정의롭고 평화로운 공동체를 추구한다. 이를 위해 정확하고 공정한 보도를 통해 시민의 올바른 판단과 의사소통을 도우며, 다양한 가치와 의견을 균형 있게 대변함으로써 사회 통합을 위해 노력한다.'의 내용을 통해 언론은 공정한 보도를 통해 민주적 여론형성이 중요하다는 것을 알 수 있다. 그러나 '디지털 뉴스 리포트 2021 한국'에 따르면 대한민국 국민의 언론 신뢰도는 뉴스 전반에 대해 신뢰한다는 응답률이 32%로 46개국중 38위이다. 물론 작년 '디지털 뉴스 리포트 2020 한국'의 21%, 40개국중 40위 라는 신뢰도에 비하면 많이 상승한 수치이지만 그래도 낮은 수치임은 분명하다. 많은 수의 시민들이 언론을 신뢰하지 않고 있다. → 참조할 수 있는 표나 차트가 있다면 적극적으로 활용해서 가독성을 높이는 일을 해주는 것이 좋겠지.

인터넷을 이용하다 보면 한 번쯤은 악의적으로 지어진 제목의 기사를 본 적이 있을 것이다. 기사의 조회수는 곧 제휴 언론사의 수익이 되기 때문에 많은 기사들이 자극적인 제목과 자극적인 내용을 작성하게 된다. 커뮤니티에 올라온 글을 퍼오는 수준의 기사부터, 사실을 왜곡하여 여론을 형성하는 기사는 기자 스스로에게 '기레기(기자 + 쓰레기)'라는 오명을 씌웠다. 기존 언론매체에서는 볼 수 없었던 '기레기'라는 기사를 불신하는 별명이 붙여진 이유에는 포털 뉴스를 주로 이용하는 한국의 독자들이 인터넷과 포털 덕분에 수많은 기사를 빠르게 비교 분석하여 반박할 수 있고 언론을 통하지 않고도 진실을 검증할 방법이 생겼기 때문이다. 그러나 수익만을 좇는 기자들의 행태는 해를 거듭해도 변하지 않고 있다. 이런 현실은 포털뉴스의 공정성에도 영향을 미칠 수 있다. 포털뉴스는 접속자 수에 따른 광고 수익을 얻기 위해 서비스된다. 게시되는 뉴스는 제휴 언론사의 기사를 가져오는 방식이지만 AI 알고리즘이든 사람이 편집하는 것이든 포털뉴스는 제공 받은 기사의 배치를 조정할 수 있는 편집권을 갖고 있다. 포털뉴스도 독자들에게 자극을 주는 기사를 우선시하는 리스크가 있는 것은 물론, 이따금 의심스러운 기사들도 보이고 있다. 게다가 언론사의 전반적인 행태와 맞물려 이 점은 크게 부각된다.

공정성의 훼손은 선거 보도에서도 드러난다. 인터넷선거보도심의위원회의 '포털 선거보도의

공정성과 편집 특성에 관한 탐색적 연구'에 따르면 선거보도의 보도 시기는 법정선거기간에 집중되고 있고, 매개되는 미디어는 전통적인 신문 및 방송사를 중심으로 한 종속형 언론사의 보도와 통신사 보도의 매개 비율이 높게 나타나 포털에서 매개되는 매체 다양성은 낮은 것으로 나타났으며 포털에서 통신사 뉴스를 전체의 40%이상 매개하여 보도하는 것은 공공성의 측면을 고려할 때 우려되는 부분이라고 밝혔다. 선거 보도에 대한 문제점은 이것이 끝이 아니다. 보도 범위가 광역단체장 선거나 대통령 선거, 국회의원 선거의 정보에 집중되어 있어 교육감 선거의 경우 보도되는 양이 극히 드물다. 선거 보도 내용 또한 정책이나 공약과 같은 중요한 내용을 찾아보기는 힘들고 특정 정당이나 후보자의 일방적 주장만을 전달하는 비방 보도 중심이다. 이는 명백히 유권자의 알 권리를 침해하는 행태이다.

→ 여기서부터 결론(?)

포털뉴스의 공정성만이 문제가 아니다. 이번에는 언론사나 포털사이트가 아니라 이용자에게 있다. 주로 정치 및 사회 분야 기사에서 일어나는데, 사람들마다 선호하는 성향과 언론사가 다르기 때문에 수많은 언론사의 기사들이 모여져 있는 포털뉴스의 댓글창은 인신공격등의 도를 넘는 과도한 비방이 펼쳐지는 장소이다. 다음과 네이버의 경우 댓글창에 공감이나 추천 버튼을 눌러 인기 댓글을 달 수 있기 때문에 다른 커뮤니티에 기사 주소를 올려 특정 댓글에 추천수를 늘려주는 이른바 '좌표 찍기'라고 불리는 행동이나 다중 계정을 이용한 추천 댓글 조작이 가능하다는 점, 댓글조차 추천을 받기 위한 과격한 표현을 사용한다는 점 또한 사회적 문제를 발생시킨다. 오죽하면 네이버 뉴스 댓글을 두고 '그린 일베'라는 표현이 생겨났을까.

4. 결론

→ 여기서부터 결론(?)

현재 대한민국에서 포털사이트는 언론의 역할을 하고 있고, 미래의 언론을 이끌어 나갈 매체임에도 책임을 지고 적극적으로 조치를 취하지 않고 있다. 정부와 정치권에서 규제를 하는 것은 표현의 자유를 심각하게 침해하기 때문에 부적절한 만큼, 접근성과 이용률이 높은 포털사이트 스스로가 자율규제를 명백히 세워 언론으로서 앞장서 건전한 언론문화를 형성해야 할 것을 바라는 바이다.

[참고문헌]

- 디지털 뉴스 리포트 2021 한국 (한국언론진흥재단 미디어연구센터)
- 포털사이트 뉴스 이용행태, 포털사이트 뉴스 신뢰도, 언론사 뉴스 신뢰도 간 관계에 대한 연구 (백강희 2019)
- 한국 언론 신뢰도 : 진단과 처방 (한국방송학회 학술대회 논문집, 김위근 2019)
- 포털사이트와 한국 언론 (관훈저널, 김관훈 2006)
- 포털 이용자들의 포털 뉴스이용패턴 및 포털의 언론역할에 관한 인식 (2008) (이창호 한국청소년정책연구원 연구위원, 이호영 정보통신정책연구원 연구책임자)
- 포털뉴스의 저널리즘적 의미에 관한 분석 -뉴스 정보원 네트워크 분석을 중심으로-(2008)(김사승 송실대학교 언론홍보학과 교수, 박한우 영남대학교 언론정보학과 교수)

포털뉴스의 언론적 특성과 그 영향 (2005) (황용석 건국대 신문방송학과 교수)

새로운 저널리즘 환경과 온라인 뉴스 생산 - 전통과 변화의 경계 (2011)(김경모 연세대학교
언론홍보영상학부 부교수)

포털 선거보도의 공정성과 편집 특성에 관한 탐색적 연구 (2019) (인터넷선거보도심의위원회)