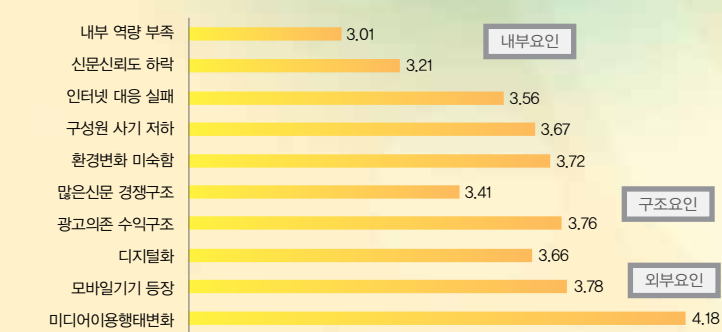


뉴스캐스트의 전망과 과제

지난 7월 12일 프레스센터에서는 한국언론정보학회와 NHN 주최로 ‘뉴스캐스트의 전망과 과제’라는 주제의 세미나가 있었다.

이날 주제발표를 맡은 이동훈 배재대 미디어정보사회학과 교수는 “현재 뉴스캐스트로 인해 발생한 언론 시장 내외의 논란은 사실상 2000년대 초부터 시작된 언론의 산업화 위기 담론에서 그 단초를 찾을 수 있다”고 지적하며, 97년 IMF와 2002년경 국내외 경제위기에서 촉발된 뉴스미디어 생태계에 대한 충격은 구조적 변화를 통한 적응력을 도모하는 기회였으나, 국내 언론은 낮아지는 언론 신뢰도와 광고매출 하락을 우려하기만 했고, 시장 구조 변화에 대한 근본적 대비책을 세우는 데는 효과적이지 못했다고 설명했다. 실제로 언론인들이 신문 위기의 원인을 디지털 미디어 환경으로의 변화와 이용자의 행태 변화 등 외부 원인을 지적하는 데서도 이를 알 수 있다고 덧붙였다.

〈표 1〉 신문산업의 위기 원인에 대한 기자들의 응답



* 출처 : 김영주 · 정재민(2011), 신문 기업의 혁신 경영 : 저널리즘, 비즈니스, 조직구조, 한국언론재단, 30쪽.

기사, 타 언론사 기사의 재편집기사, 대형 언론사들의 과도한 기자 스카웃 경쟁과 선정적 뉴스편집 등이 그 것이라고 말했다. 이 교수는 이렇게 우회적 방법에 의존해 경쟁하다보면 뉴스미디어 생태계에서 경쟁하는 본질적 능력은 하락하고, 결국 도태될 수밖에 없다고 전했다.

이 교수는 또 뉴스소비자들의 변화에 대해 첫째, 언론에 대한 신뢰도 하락, 둘째, 뉴스 이용행태 변화, 셋째, 인터넷을 통한 뉴스 이용이 포털에 집중되어 있다는 점을 지적했다. 기존 뉴스플랫폼은 TV, 신문, 인터넷 등이었지만, 스마트폰의 보급이 본격화된 이후 스마트폰과 태블릿PC 등 스마트 모바일 디바이스를 통한 소비가 증가하고 있다. 한국언론진흥재단이 실시한 ‘2011년 언론수용자 의식조사’를 보면 알 수 있듯 일주일 동안 인터넷을 통해 뉴스를 이용한 사람들의 86.5%가 포털을 통해서였고, 인터넷을 통해 뉴스를 이용할 때 어느 언론사에서 작성했거나 제공했다는 것을 인지하지 못하는 경우가 56.8%에 달했다고 설명했다.

〈표 2〉 지난 1주일 간 읽은 인터넷 뉴스 이용 방법



* 출처 : 한국언론진흥재단 (2011), 2011 언론수용자 의식조사, 115쪽.

이날 토론패널로 참석한 이정환 미디어오늘 편집국장은 “가장 심각한 문제는 중요한 뉴스가 사라지고 온갖 가십성 기사들이 아젠다를 왜곡하는 점”이라고 지적하며, “제목 장사보다는 브랜드 가치에 집중하도록 언론사판을 기본형으로 하고 과도하게 선정적인 편집을 하는 언론사에 패널티를 부여하는 방안을 검토해야 한다”고 전했다.

조연아 이화여대 교수는 “NHN이 편집권을 언론사에 이양했다고 하여 책임이 완전히 없다는 것은 옳지 않은 발상”이라고 전하며 “NHN과 언론사가 공동으로 책임의식을 갖고 협력 모델을 개발해야 한다”고 밝혔다.

이에 대해 윤영찬 NHN 이사는 “언론사간 이해관계가 너무 다르다는 점에서 네이버의 힘만으로는 절대 뉴스캐스트를 바꿀 수 없다”고 전하며 “플랫폼을 만든 사업자로서 의무감을 갖고 언론사들의 의견을 반영하는 시스템을 만들겠다”고 말했다.  이수지 기자 susie@kaa.or.kr

2주제 ‘뉴스캐스트의 저널리즘적 가치 및 발전 방향’에 대해 주제발표를 한 김동윤 대구대 신문방송학과 교수는 과도한 클릭 경쟁이 낡 시기사, 선정기사, 선정적 광고를 양산하고 있다고 지적하며 이로 인해 콘텐츠 신뢰도가 상실돼가고 있다고 지적했다.

하루 평균 약 1,000건의 기사를 제공하고 있는 뉴스캐스트를 분석한 결과 전체기사의 약 2/5가 기사제목과 링크기사제목이 불일치하고 있었다고 밝혔다. 또 네이버 뉴스캐스트에 올라온 종합신문 기사 중 종이신문에 게재되는 기사는 21.8%에 그치며, 특히 가장 낮은 종합신문의 경우 2.4%만이 종이신문에 게재되고 있는 실정이라고 지적했다.

〈표 3〉 네이버 뉴스캐스트 기사 제목과 링크 기사 제목의 일치 여부

구분			일치	불일치	전체
오프라인 종속 뉴스미디어	신문	종합신문	1029 63.1%	602 36.9%	1631 100.0%
		경제신문	926 65.4%	490 34.6%	1416 100.0%
		스포츠연예신문	271 38.9%	425 61.1%	696 100.0%
		영자신문	260 78.5%	71 21.5%	331 100.0%
	방송	방송뉴스	911 73.4%	330 26.6%	1241 100.0%
온라인 독립 뉴스미디어	종합 인터넷신문		353 52.1%	325 47.9%	678 100.0%
	IT 인터넷신문		250 76.2%	78 23.8%	328 100.0%
	스포츠연예 인터넷신문		202 43.0%	268 57.0%	470 100.0%
전 체			4202 61.9%	2589 38.1%	6791 100.0%

* 검증통계량 : $\chi^2 = 400.11$, d.f. = 7, p = 0.000