

뉴스 소스로서의 SNS 역할과 그 문제점



글. 황유선
중부대학교
신문방송학과 교수



Social
Network



뉴스의 소스가 된 SNS의 사례

얼마 전, 인터넷 상에서는 이집트에서 벌어지고 있었던 시위 과정에서 사망한 시민들의 주검을 그대로 볼 수 있었다. 피가 흥건한 채 누워 있는 시신도 있었고 총을 맞고 쓰러져 죽어간 어린이의 사진도 보였다. 이토록 생생하고 선명한 사진은 현지의 특파원이 찍어서 보도한 것도 아니고, 이집트 당국이 제공한 공식 자료는 물론 아니었으며, 현장에 있던 이집트 시민들이 직접 찍어서 그들의 SNS를 통해 게시한 사진이었다. 그리고 이는 급속도로 전 세계로 퍼져나가며 우리들에게 공유되었던 것이다. 또 미국 샌프란시스코 공항 착륙 시 발생한 아시아나 항공기 추락 소식과 더불어서 현장의 망가진 기체, 뿜어 나오는 검은 연기, 부상당한 승객들과 아수라장이 된 기체 주변의 모습을 신속히 전달할 수 있었던 것도 SNS의 공이 컸다.

이렇듯, 중요한 뉴스 정보를 가장 신속하고 광범위하게 전파할 수 있는 채널로서 SNS가 주목받기 시작한 것은 지난 2008년 중국

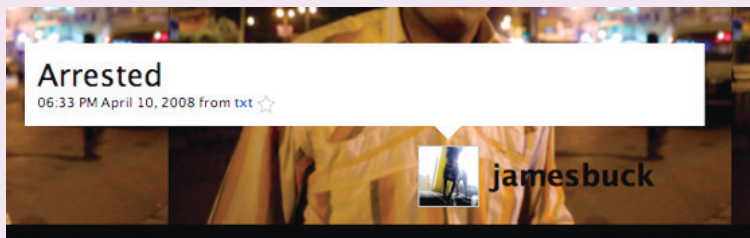


<http://twitpic.com/135xa> - There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy.



‘허드슨 강의 기적’이라 불리는 2009년 1월 있었던 허드슨 강 비행기 추락사고를 실시간으로 전한 한 시민의 트위터
(출처 : 트위터, @krums)

쓰촨성 대지진 당시 현장의 소식을 발 빠르게 알리고 중계하는 트위터의 영향력을 세계인이 경험하면서부터라고 할 수 있다. 이후 같은 해에는 인도 뭄바이에서 발생한 테러 공격을 트위터가 최초로 알렸고, 이집트 반정부 시위를 취재하던 대학원생 제임스 칼 벅이 체포되자 그는 ‘체포됨(Arrested)’이라는 한마디의 트윗을 남김으로써 이를 본 트위터 이용자들이 미국 대사관과 변호사에게 이를 알리며 하루 만에 풀려날 수 있었던 일화는 이미 유명하다. 이듬해인 2009년에는 미국의 뉴욕 맨하탄 허드슨 강에 비행기가 추락한 사진을 한 시민이 트위터에 게시하며 제1보를 전달했고 뒤이어 CNN, ABC 등 미국 유수의 언론사들은 트위터에 업로드된 사진을 사용하며 보도를 이어가기도 했다. 2011년 빈 라덴의 사살 소식을 처음으로 접할 수 있었던 곳도 트위터였으며 같은 해 일본의 대지진 소식 역시 트위터를 통해 신속하게 정보가 공유될 수 있었다.



자신의 체포소식을 트위터로 전한 제임스 칼 벅
(출처 : 트위터 캡처, @jamesbuck)

SNS가 속보 매체로서 그 위력을 발휘할 수 있었던 것은 누구라도 인터넷 망을 통해서 스마트폰과 연동하여 간단하게 정보를 업로드하고 확산할 수 있는 기술적인 특성에 기인한 것이다. 뿐만 아니라 전 세계를 망라하여 구성될 수 있는 SNS의 인맥 구조는 SNS 운용의 기제로써 정보 확산의 인프라가 된다. 2009년 이란 선거 이후 언론의 보도 통로가 차단된 상황에서 반정부시위 무력 진압 과정을 전 세계에 알린 것은 단연 SNS였고 그로 인해 세계의 관심이 이란의 정국에 몰릴 수 있었다. 일명 ‘재스민 혁명’으로 알려진 튀니지 반정부 시위는 2010년 말 아랍권과 북아프리카 지역으로 확산되어 ‘아랍의 봄’으로 불리는 정권교체와 독재정치 종식, 그리

고 독재 통치자 망명 등으로 이어질 수 있었다. 재스민 혁명은 한 시민의 분신자살 소식이 페이스북을 통해 순식간에 전 세계로 공유됨으로써 대대적인 관심과 움직임이 촉발된 것이라고 보아도 크게 무방하지는 않을 것이다.

물론 국내에서도 이 같은 SNS의 활약은 대단했다. 2010년 북한의 연평도 포격 사건당시 정규 방송 뉴스를 통해 속보가 전달되기 이전 트위터에서 신속한 정보 확산이 이루어지기도 했다. 또한 2011년 양양 산불 중계, 서울 테크노마트 건물 흔들림에 관한 소식, 폭우로 인해 광화문과 강남역 일대를 비롯해 서울 곳곳의 교통이 마비되었을 당시 실시간 교통 상황 정보가 트위터를 통해 전파되었다. 이로써 대중적으로 SNS에 대한 정보 채널로서의 인식이 강화되는 계기를 맞을 수 있었다.



SNS로 전파된 강남 일대 침수 모습
(출처 : 트위터 캡처, @westminia)

전통 저널리즘과 SNS

이처럼 SNS가 뉴스 전달 채널로서의 기능을 수행하고 사회적으로도 관심을 받게 되면서 뉴스의 생산과 확산을 담당하는 전통 언론사들의 저널리즘 기능과 SNS의 공생구조가 자연스럽게 부각되었다. 이미 전통 미디어 기업들은 SNS를 통해 수용자들과 소통하고 정보 확산의 통로를 넓히는 식으로의 공생 관계를 구축하려는 모습이다. 미디어 기업들은 SNS의 속보 기능을 이용하기 위해 자사의 SNS 계정을 만들고, 기자들 역시 SNS 상에서 취재원을 확보하



뉴욕타임스 소셜 미디어 편집장인
제니퍼 프레스턴
(출처 : 뉴욕타임스 홈페이지
[www.nytimes.com])

거나 대중과 상호작용하며 기사를 발굴하기도 한다. 하지만, 단순히 SNS 계정을 오픈하여 정보 확산 통로를 넓히고 양방향 소통을 구현한다는 차원을 넘어서서 SNS를 통해 정보적 가치를 지닌 뉴스 수용자들과 직접 연결될 수 있는 전통 미디어 뉴스룸의 혁신으로까지 이어질 필요성이 제기되는 상황이다. 실제로, 미국 뉴욕타임스는 지난 2009년 소셜 미디어 편집장(social media editor)을 임명하기도 했으며 SNS 담당 기자 제도를 도입하여 SNS를 통한 뉴스 보도 및 이를 활용한 신문사 운영에 적극적으로 나서고 있다. 이는 뉴스룸과 언론사 내부의 기자들, 그리고 독자들이 함께 소통할 수 있는 일종의 플랫폼을 구축한 모델로 평가되고 있다. 영국의 BBC 역시 소셜 미디어 전담 편집장제를 도입했으며, 영국의 방송사 스카이뉴스(Sky News)는 온라인팀의 기자를 SNS 전담 기자로 배치하면서 뉴스 취재 및 보도에 SNS를 적극적으로 활용하는 모습이다. 국내 언론사들도 자사의 저널리즘과 뉴스 제공 방식을 개선하기 위해서 SNS를 활용한 서비스 플랫폼 구축에 관심을 갖기 시작했다. 단순히 정보 제공 채널의 확장이 아니라 시장의 수용자들과 연결되어 있음으로써 그들의 니즈를 민감하게 받아들일 수 있는 분위기를 형성하는 것에 무게를 싣고 있다.

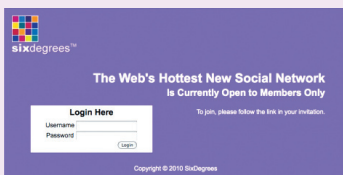
언론사와 SNS의 공생관계는 생활 속의 저널리즘(ambient journalism) 구현으로까지 이어진다. 대중은 SNS 상에서 다양한 뉴스를 접하고 이를 소재 삼아 소통할 수 있게 되었고, 이로써 스스로가 사회적 혹은 정치적 공론장에 참여하게 된다는 인식을 가질 수 있다. SNS 이용자들은 스마트 디바이스(smart device, 편집자 주 : 스마트 폰 및 태블릿 PC 등의 기기)를 휴대하고 다니기 때문에 가장 최신의 정보를 자연스럽게 습득하고 사회적인 이슈를 파악하며 다른 사람들의 의견을 실시간으로 확인할 수 있는 환경 속에 놓여 있기 때문이다. 중요한 점은 그들의 전문성 여부는 차치하더라도 SNS의 저널리즘 행위가 이들 이용자에 의해서 이루어지게 된다는 점이다. 스마트 디바이스의 발전은 정보를 수집하고 이를 개인이 임의로 편집하여 확산하는 과정을 대단히 쉽고 편리하게 만들어줬으며 향후 SNS를 활용하는 대중이 뉴스 정보의 흐름

에 관여하게 될 가능성을 활짝 열어놓았다.

대중에 의해 구현되는 SNS 저널리즘 행위는 반드시 새로운 뉴스 정보를 생산하고 확산하는 데에만 그치는 것이 아니라 전통 언론사에 의해 만들어진 뉴스 가치의 재편에도 관여하게 된다는 점에 의의를 둘 수 있다. 대체로 언론사의 뉴스 가치는 언론사 자체의 편집권에 의해 규정된다. 방송 뉴스에서처럼 프로그램 앞부분에 편성되어 송출되거나 신문의 일면배치 혹은 지면의 크기는 곧 뉴스의 중요도와 가치를 의미한다. 그러나 SNS에서 최신의 트렌드 토픽으로 분류되는 뉴스 정보들은 전통 언론사가 부여하는 기사의 가치와 반드시 일치하지는 않는 것으로 확인되어 왔다. 또 구글 트렌드(google trend)와 같은 검색 서비스의 뉴스 순위와도 상이하며 언론사에서 제공하는 헤드라인과도 일치하지 않는다. 즉, 전통 언론사의 의제 설정(agenda setting)과 SNS 공간에서의 의제 설정은 그 설정 방식은 물론이고 의제 설정의 방향 역시 상이하다. SNS에서의 의제는 이용자들이 의해서 결정되며 그것은 대중이 경험하는 사회 문화적 현상과도 맞닿아 있는 것이며 나아가, SNS의 의제는 전통 미디어의 의제 설정에도 적지 않은 영향을 미친다. SNS 상에서 주요하게 부각되는 사건이나 사안이 전통 미디어를 통해 정제된 형식의 보도로 이어지는 경우가 바로 그러하다. 때문에, SNS 이용자들의 취향이나 정치적 성향 등이 정보의 발굴, 생산, 확산 과정, 그리고 이슈 주목도에 반영되며 SNS는 그 자체로서 뉴스 정보 소통 채널의 고유한 속성을 충분히 지닌다고 볼 수 있다.

그렇다면 SNS란 무엇인가?

SNS의 초기 형태는 과거 1997년 등장했던 사교 친목 사이트인 미국의 ‘식스 디그리즈(six degrees)’에서 찾아볼 수 있다. 우리나라에서는 ‘일촌’을 맺음으로써 커뮤니티가 구성되고 상호간에 소식을 주고받거나 콘텐츠를 게시하는 공간으로 인기를 몰았던 ‘싸이월드’를 떠올릴 수 있다. SNS 사회는 결국 인맥을 바탕으로 현실에서의 삶이 아닌 사이버 공간에서의 커뮤니티 속에서 구현되고, 그



자금은 사라진 식스 디그리즈의 로그인 화면
(출처 : [technology.ezinemark.com])

팔로워수 순위

#1	SHWON CHOI @shwon87	3,725,385 팔로워
#2	Super Junior 대성 @dongs1015	3,525,099 팔로워
#3	PSY @psy_jappa	3,385,318 팔로워
#4	Yesung @y16104	2,442,816 팔로워
#5	Lee Teuk @special104	2,345,518 팔로워

국내 트위터 팔로워수 순위
-2013년 8월 29일 현재
(출처 : 코리아트위터
[www.koreantweeters.com])

럼으로써 존재하는 것이며 인맥 형성 방식은 트위터와 같은 개방형이거나 페이스북과 같은 폐쇄형이 될 수 있다.

그러나 지금의 SNS는 사교적 소통만을 매개하는 채널이 아니다. 특히, 인터넷 매개의 커뮤니케이션 공간이 등장했을 때와는 그 상호작용의 성격이 다르다. 초기 인터넷 매개 커뮤니케이션에서 개인은 익명성이 보장된다는 전제 하에 본인의 실제 모습과는 다른 인간성을 구현하기도 하며 현실에서 미처 채우지 못한 사회적 상호작용의 공백을 보상할 수도 있었다. 반면, SNS는 현실에서의 인맥이 그대로 반영되는 경우가 대부분이며 오프라인의 인맥 규모가 온라인을 통해 연계되고 확장되는 기능을 수행하고 있다. 또 SNS의 인맥 결성은 공개적이기 때문에 더 이상 익명성이 보장되는 공간이 아니라 오히려, 개인 삶의 영역이 드러나는 장소이다. 그러나 이와 같은 대인 상호작용 특성의 변화보다 더 주목해야 할 부분은 SNS가 정보와 뉴스를 송수신하는 플랫폼으로 부각되었다는 점이다. 앞서도 언급한 바와 같이 다양한 사건 사고, 국가적 행사, 시민운동 등에 관련된 정보가 SNS를 통해 그 어느 때보다도 신속하고 광범위하게 확산됨으로써 SNS에 대한 사회 인식의 초점은 정보적 기능에 모아지는 추세이다. 이를 활용하기 위해 연예인, 정치인을 포함한 사회적 유명인들은 SNS 상에서 많은 인맥을 확보하고 그들에게 의견과 정보를 전략적으로 전달함으로써 자신에 대한 팬덤(fandom, 편집자 주 : 특정한 인물이나 분야를 열정적으로 좋아하는 사람들 또는 그러한 문화현상)을 유지해 나가기도 한다. 즉, 소셜 미디어(social media)의 일종인 SNS는 사교적 기능과 정보적 기능을 동시에 수용함으로써 비로소 ‘사회적 미디어’로서 그 위치를 굳혔다고 할 수 있다. SNS는 이제 개인이 하나의 계정을 보유하는 개인 미디어(interpersonal media)로써 뿐 아니라 사회적 미디어로서 정보적 영향력이 한층 강화되었다.

SNS를 이해하는 관점은 다음과 같이 정리될 수 있다. 첫째는 SNS를 마케팅 및 정보 전파의 도구로 인식하는 관점이다. 여기에는 정보 소통 과정에서 SNS를 가능한 한 유리하게 활용함으로써 긍정적인 결과를 불러올 수 있으리란 도구적인 기대가 반영되어



Social Network

있다. SNS의 이용이 발전적인 변화의 주요 동력이 될 것이라는 기대가 그 기저에 깔려 있으며 특히 정보와 영향력 전파를 가능하게 하는 허브(hub)로서 SNS의 유용성에 관심을 갖는다. 둘째는 SNS에서의 상호작용을 컴퓨터 매개 커뮤니케이션의 연장으로 보는 관점이다. SNS의 서비스 자체 혹은 그 미디어적인 속성 보다는 SNS 상에서 이루어지는 커뮤니케이션 과정에 주목하는 것이며 SNS의 사교적 측면에 좀 더 무게를 두고 있다. 셋째는 SNS를 사회관계망(social network)으로 보는 관점이다. SNS 공간에서 구성된 인맥 관계 구조는 가시적으로 드러날 수 있으며 이는 SNS 상의 권력 관계를 이해할 수 있는 단초를 제공한다. SNS 사회관계망 내에서는 관계망의 중심에 선 유력자가 정보를 전달하면 구성원들이 그 정보를 수집하고 재확산하는 역할을 맡게 된다는 점에서 SNS의 정보적 기능이 강조된다. 넷째, SNS는 권력관계가 드러나는 영향력 행사의 장이라는 관점이다. 정치학이나 정치 커뮤니케이션 분야에서 많은 관심을 가져왔던 부분이며 과연 누구를 SNS 상에서 유력자라고 지정할 수 있는지에 대한 각종 영향력 지표들이 제시되었다. SNS에서의 권력은 정보에 대한 높은 집중도와 공감에 의한 정보의 확산을 바탕으로 형성됨을 확인하였다. 결국, SNS에 대한 최근의 사회문화적 그리고 학문적 관심은 SNS가 수행하는 정보 소통 기능과 적지 않은 관계가 있다.

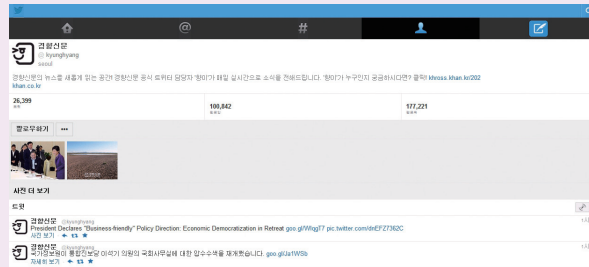
SNS 매개 정보 소통의 부정적 특성

이념의 양극화

정보 소통 채널로서 SNS를 규정하기 위해서는 이데올로기적 성향을 논의하지 않을 수 없다. 그리고 바로 SNS의 이러한 이데올로기적 성향이야말로 SNS를 매개로 한 정보 소통의 정당성 혹은 보편타당성에 대한 우려가 제기되는 근거가 된다.

SNS는 이념적으로 양극화 되는 경향이 있으며 대체로 진보 성향의 진영이 우세한 것으로 드러나고 있다. 우선, 언론사 트위터 계정을 팔로우(follow) 하고 있는 팔로워(follower, 트위터에서 인맥 관계를 맺고 정보를 실시간으로 구독하게 되는 이용자) 규모는

경향신문의 트위터
(출처 : 트위터 캡처, @kyunghyang)



진보적 성향 언론사의 경우에 더 크다. 물론 팔로워 규모만으로 영향력의 절대적인 가치를 판단하기에는 무리가 있지만 뉴스 정보의 유통이 팔로워의 자발적인 공유에 의해 주도되며, 그렇기 때문에 뉴스가 대중에게 확산되기 위해서는 팔로워 규모가 선행되어야 한다는 점에서 팔로워 규모는 정보적 영향력의 기본 전제가 된다.

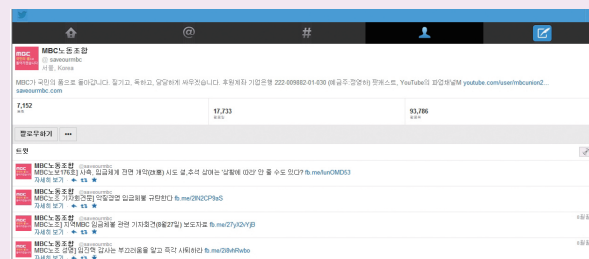
팔로워 규모는 또 정치인과 같은 특정 유명인을 구심점으로 한 공감대 형성과 행동 돌입에 유의미한 영향을 미치기도 한다. 실제로, 미국의 대선 후보였던 당시 민주당 버락 오바마 후보의 팔로워 수가 이백만 명 이상에 달했던 것에 비해 공화당의 존 맥케인 후보 팔로워 수는 오천 명이 채 되지 않았고 이와 같은 양상은 대선 결과와 전혀 무관하지 않았던 것으로 평가되고 있다. 한국의 경우도 진보적 색채의 정치인들은 보다 많은 SNS 인맥을 보유하며 그들과 소통하고 사회적으로 정보와 의견을 확산하는 데 도움을 받는 실정이다. 한편, 복수의 당사자가 제3자에 의해 동시에 팔로우 되는 정도를 의미하는 코 팔로우(co-follow) 비율도 진보적 정치인들에 대해서 더 현격하게 발견되고 있으며 동일한 이념 성향을 공유하는 사람들끼리의 맞팔로우(한사람이 상대를 팔로우 하면 그 사람도 함께 팔로우 하는 것을 이름) 양상 역시 진보 이념을 표방하는 사람들 사이에서 더욱 빈번하다.

다음으로, SNS 상에서의 정보 확산은 정보의 허브가 되는 몇몇 오피니언 리더 그룹에 의해 주도되는 경향이 짙다. 오피니언 리더에 의해 생산된 정보는 그들의 SNS 인맥들에 의해 재확산되고 일단계로 확산된 정보가 여러 단계의 확산 과정을 반복함으로써 피라미드 구조의 정보 전파 양상을 만들어 나간다. 이는 유력자에 의한 2차적인 정보의 확산, 이른바 라자스펠트(Lazarsfeld, 미국의

사회학자) 등의 ‘2단계 유통 모형(two-step flow model)’의 구조가 효율적으로 재현되는 공간이라고 간주할 수 있다. 그런데 아직까지 SNS 공간에서는 정치인, 교수, 작가 등 사회 각계에서 활동하고 있으며 진보적 성향을 갖는 오피니언 리더들의 활동이 좀 더 적극적으로 드러나고 있다. 이들은 촘촘한 SNS 인맥 관계를 형성하였으며 나름의 알고리즘을 통해 부여된 SNS 영향력 순위에서도 상위권에 랭크되어 있는 것으로 확인되고 있다.

뉴미디어의 수용에 민감한 젊은 계층들이 대개 진보적인 성향을 갖고 있다는 점에서 이러한 현상이 전혀 낯설다고 받아들일 필요는 없겠다. 더구나 정보 생산의 근원지가 되는 전통 미디어의 행위적인 요인에서도 진보 언론의 우위가 드러난다. 한국의 트위터 디렉토리 및 순위 집계 통계 등에 따르면 트위터 영향력 순위 상위에 랭크되어 있는 언론사는 경향신문, 한겨레신문, 그리고 오마이뉴스 등 진보적 성향의 언론사들이다. 기자들이 운영하는 언론사 진보 노동조합의 트위터 계정(예를 들어, ‘MBC 노동조합’ 트위터) 등도 그 영향력이 높은 것으로 집계 되었다. SNS는 전통 미디어에 비해 진보적이고 그에 부합하는 다양하고 새로운 정보가 교환되는 공간으로 대상화 되고 있으며, 진보적 언론사 스스로도 SNS 환경에 적응하고 이를 자사 영향력 확장의 새로운 돌파구로 활용하려는 시도를 전개하고 있다.

MBC 노동조합의 트위터
(출처 : 트위터 캡처, @saveourmbc)



1) 황유선 · 이재현 (2011), 트위터에서의 뉴스 생산과 재생산 : 8개 언론사와 일반인의 트윗 및 전파행태에 관한 연구. 서울 : 한국언론진흥재단.

이와 관련하여, 언론사 정보가 트위터를 통해 어떠한 양상으로 확산되는지 확인하기 위해 빅데이터 분석을 수행한 연구¹⁾에서는 뉴스가 트위터 이용자들에 의해 리트윗 되는 빈도, 최초로 리트윗



독일의 학자 노엘레 노이만
(출처 : 더 인디펜던트 홈페이지,
[www.independent.co.uk],
2010년 4월 10일자)

을 수행한 사람의 규모인 리트윗 범위, 하나의 뉴스가 몇 번이나 리트윗되며 확산되는지를 나타내는 리트윗 거리, 그리고 리트윗이 지속되는 길이 등에서 진보 언론사의 뉴스 정보가 우세한 것으로 밝혀졌다.

결국, SNS 상에서 진보적 이용자들 사이의 결속력은 이데올로기적인 공감대로 이어질 수 있으며 그 커뮤니티 안에서는 주로 진보적인 성향에 부합하는 정보가 광범위하고 지속적으로 확산될 가능성이 있다. 그런데 이와 같은 현상은 자칫 진보적 성향의 정보가 공중 전체의 의견으로 인식될 우려를 낳는다. 독일의 학자 노엘레 노이만(Noelle-Neumann)이 주장한 ‘침묵의 나선(spiral of silence)’ 이론은 겉으로 많이 드러나는 의견이 비록 소수의 의견이라 하더라도 점차 다수의 의견으로 인식되면서 그것과 다른 자신의 의견은 소수의 의견으로 간주하고 결국은 침묵하게 된다는 점을 강조한다. 마찬가지로 대중에게 공개되어 있는 SNS 상에서 특정 성향의 의견과 정보가 두드러진다면, 그에 부합하는 의견을 가진 개인에게 자신의 의견을 더 적극적으로 개진할만한 동기가 부여될 것이며 그렇지 않은 개인은 자신의 의견이 소수의 의견일 것이라 짐작하고 사회적 공론장으로부터 점차 멀어질 수가 있다. 때문에 SNS의 이데올로기적 편향성은 정보적 편향성으로 이어질 수 있고 일부의 의견을 보편적인 의견으로 잘못 간주할 수 있는 우려를 전혀 배제할 수 없는 것이다.

정보의 매개를 통한 왜곡 가능성

SNS 상에서 상위 트렌드로 랭크되며 확산 공유되는 정보들 중에서는 개인이 직접 취재하거나 가공해 낸 정보보다는 전통 미디어에서 이미 생산된 뉴스들이 더 많은 비중을 차지하고 있다. 즉, SNS에서 소통되는 정보는 여전히 전통 미디어가 생산해 낸 뉴스에 영향을 받는다고 볼 수 있다. 물론 SNS와 같은 뉴미디어의 저널리즘 역할 수행에 있어서 전통 언론이 구성하는 의제와는 별도의 독립적 의제가 설정되며 전통 미디어와는 다른 관점의 이슈가 자유롭게 부각될 수 있기도 하지만 여전히 정보의 소스는 진보와

보수를 망라한 전통 미디어의 뉴스 생산에 의존하게 된다. 그럼에도, 과연 시민 저널리즘으로서의 SNS가 언론사의 전문 저널리즘 역할을 어느 정도나 대체 혹은 뒷받침할 수 있는가에 대한 사항은 논의거리다.

SNS의 정보 확산 영향력은 주지하다시피 휴대가 가능한 스마트 디바이스의 발전과 맥을 같이 한다. 스마트 미디어로 인해서 뉴스 정보를 언제라도 손쉽게 자신의 SNS 계정에 링크시키고 의견도 덧붙일 수 있다. 물론, SNS 상에서 정보의 편집은 컴퓨터나 휴대 전화의 키보드를 두드리는 것만으로도 충분하기 때문에 쉽고 간단하다. 하지만, 이 과정에서 정보를 매개하는 SNS의 문제점이 발생될 수 있다. SNS는 개인 미디어이기 때문에 SNS 상에서 개인의 의견을 개진하는 것은 마치 일상에서의 면대면(face-to-face) 커뮤니케이션을 하듯이 자유로울 수 있다. 동시에 SNS는 사회적인 정보 소통의 미디어로서도 기능하기 때문에 개인의 사사로운 의견이 사회 공론장으로까지 확장될 수 있는 것이다. 사회적 공인의 경우에 그의 사건은 곧 공론이 될 수 있고 여론 형성으로까지 이어질 수 있는 가능성이 다분하다. 실제로, 얼마 전 ‘국정원 대화록 문건 실종’ 사건을 두고 벌어진 야당 정치인들 간의 SNS를 통한 정치적 공방은 공식적인 석상이나 기자회견이 아니라 각자의 개인 미디어를 통해 이루어진 것이었다. 이들은 각자의 의견을 SNS에 올렸고 대중은 이 과정을 관찰할 수 있었으며 언론은 그러한 상황을 보도했다. 이로써 야당 정치인들이 서로를 향해 갖고 있는 불편한 심기를 드러내며 충돌하고 있음을 SNS를 이용하지 않는 시민들까지도 감지하게 되었던 것이다. 어쩌면 이러한 SNS의 특성이 정치 사회적으로 의도되고 있을 개연성도 있다.

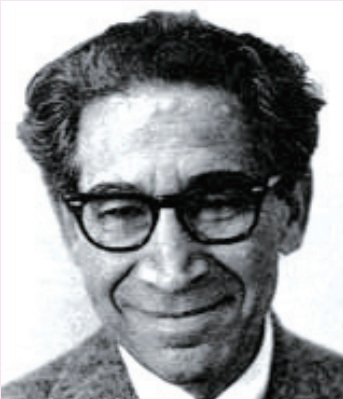
문제는, SNS를 통해 수용하게 되는 뉴스 정보의 가치와 진위여부, 그리고 신뢰도 등이 정보적인 객관성에 의존하기 보다는 정보 전달자의 인기나 그에 대한 선호도, 또는 화려한 화술과 언변에 의해 규정되어 버릴 수 있다는 위험성이다. 그럼으로써 SNS 공간에서는 정보에 대한 객관적인 이해와 수용을 의견 지도자의 가치관, 양심, 그리고 판단에 의지하는 상황이 벌어질 가능성이 있다.

SNS는 정보를 자발적으로 생산해내는 언론기관이 아니다. SNS는 언론사의 뉴스가 소통될 수 있는 일종의 플랫폼이며 언론기관이 아닌 개인이나 누구에 의해서든 생산된 정보가 확산될 수 있는 공간이다. 따라서 뉴스나 정보에 대한 객관성이나 신뢰성이 담보되어 있지 않으며 그러한 부분을 통제하는 시스템도 존재하지 않는다. SNS 매개의 정보를 수용하는데 있어서는 정보의 품질과 가치 그리고 진위 여부를 판단할 수 있는 개인의 노력이 수반되어야 하는 것이다. 대중적으로 관심이 높은 SNS에 게시되었다고 해서 정보를 맹신하는 것 역시 금지해야 한다. 그러나 SNS를 통한 정보를 여타의 정보 소스들과 비교하고 통찰력 있게 받아들일 수 있는 훈련과 분위기는 여전히 부족하다고 하겠다.

정보 소비의 편협성과 폐쇄적 소통

대체로 뉴스 정보를 송출하는 방송사나 신문사의 정보를 수용할 때 개인은 자신의 신념과 일치하는 정보의 소스를 선택함으로써 내면적으로 발생하는 부조화를 최소화 하는 경향이 있다. 페스팅거(Festinger)의 ‘인지부조화(cognitive dissonance)’ 이론은 개인이 자신의 신념에 부합하지 않는 정보를 회피함으로써 인지적으로 발생하는 부조화를 줄이려는 노력으로 설명될 수 있다. 이에, 선호하는 언론사의 뉴스만을 선별하여 소비하는 ‘선택적 노출(selective disclosure)’ 현상이 수반되며 이는 정보의 편향적인 섭취로 인한 여러 가지 부작용을 낳는다.

SNS 공간에서도 인지부조화 감소를 위한 선택적 노출 현상이 발생된다. SNS 이용자들의 정치적 성향에 따라서 정보의 선택적 노출이 일어나고 있음이 확인되었는데 트위터 상에서 보수 성향의 이용자들은 보수 언론이 생산한 뉴스를 주로 수용하고, 진보 성향의 이용자들은 진보 언론으로부터 생산되는 뉴스를 주로 소비하고 있었다.²⁾ 즉, 트위터와 같은 SNS 상에서도 자신의 신념에 부합하는 정보원(information source)에 대한 노출 양상이 극화되어 있는 것이다. 특히 대선 정국이나 선거 기간 같이 이데올로기적으로 양분화 된 보도가 많은 시기 일수록 SNS 상에서는 특정 정당이나



인지부조화 이론을 주장한 페스팅거
(출처 : [www.infoamerica.org])

2) 황유선 (2013). 선택적 노출 행위를 통해 바라본 트위터 공간의 이념적 양극화. 「한국언론학보」 제57권 2호, p. 58-79.



Social Network

후보와 관련된 뉴스 정보가 많아지며 이용자들은 자신이 지지하거나 투표했던 후보에 대한 긍정적인 정보를 선택적으로 접하게 됨으로써 인지부조화 발생을 막는 경향이 강화될 것이다.

또한 SNS 이용자들은 언론사 뿐 아니라 정보의 허브에 위치한 사회적 유력자 가운데 선별적으로 인맥 관계를 형성하고 그들로부터의 정보를 실시간으로 수용한다. 똑같은 사안을 두고도 언론에서 각기 상이한 프레임을 구성하는 것과 마찬가지로 SNS의 의견 지도자들도 각기 주관적 견해를 피력하며 사회적 현안을 해석하는 고유한 이슈 프레임을 형성한다. 그리고 이는 SNS의 정보적 유력자들과 인맥 관계에 있는 사람들에게 직접적이고도 강력한 영향력을 행사할 수 있기 때문에 SNS를 통해 누구로부터 어떠한 정보를 주로 수용하는지에 따라서 사회 현상에 대한 이해와 개인의 판단이 이루어질 가능성이 높다.

나아가 정보에 대한 선택적 노출은 편향된 정보 수용과 공유 행위를 진작하는 것임과 동시에 SNS 상에서 정보의 전파력을 구성하는 요인이기도 하다. 정보의 확산은 정보에 대한 공감과 지지가 바탕이 된다는 점에서 SNS 이용자들은 자신의 가치관에 부합하는 정보, 혹은 부합하는 방식으로 수정된 정보를 주로 확산하기 때문이다. 그런데 이를 위해서는 SNS 공간에서 동질적인 사람들과 맺어진 인맥 규모가 선행되어야 함은 두말한 나위 없다. SNS는 비록 외형적으로 누구라도 접근할 수 있고 누구에게든 공개된다는 점에서 개방적인 채널일 수 있지만 내부적으로는 폐쇄적이고 배타적인 관계로 이루어져 있는 공간이다.

이미 몇몇 연구를 통해서 SNS 공간의 소통은 주로 동질적인 사람들 사이에서 이루어지고 있음이 확인되었다. 진보 성향의 유권자들은 진보 정치인과 SNS 상의 인맥 관계를 맺고 상호 소통하며 공감대를 이어간다. 언론사에 대해서도 보수 언론사를 중심으로는 보수 성향의 이용자들이 인적 네트워크를 형성하고 진보 언론사를 중심으로는 진보 성향의 이용자들이 인적 네트워크를 구성하는 양상이 드러난다. 이처럼 동질적 구성원들로 SNS 인맥 관계가 이루어진다면 SNS 상에서의 정보적 영향력은 동질적 성향의 사람

들 사이에서 유효하게, 그러나 다소 배타적으로 전개될 가능성이 높다. 결국, 비슷한 생각을 공유하는 사람들끼리의 SNS 매개 소통과 정보 교류가 진행될수록 각자의 신념은 강화될 것이며 인지 부조화는 감소할 수 있겠지만 전반적으로는 단결보다는 분화된 사회를 조장할 수 있다.

SNS 매개 정보 소통이 야기하는 문제점

지금까지는 정보 소통 채널로서 SNS의 특성이 SNS 매개의 정보 확산과 공유에 대해 역기능을 부여할 수 있는 요소가 될 배경과 가능성을 논의하였다. 그렇다면 구체적으로 무엇이 어떻게 문제가 될 수 있는지에 대해서 짚아 볼 수 있다.

첫째, **저널리즘의 전문성 문제이다.** 사람들은 친숙한 사람이 전달하는 정보에 대해 더 신뢰하고 정당성을 부여하는 경향이 있다. 라자스펠트 등의 2단계 유통 모형은 매스미디어를 통해 정보가 직접적으로 전달될 때 보다는 매스미디어의 정보가 특정 커뮤니티 속에서 신뢰 받는 오피니언 리더에 의해 전달 될 때 인식적으로나 행위적인 영향력이 더 커진다는 점을 증명하였다. SNS 공간에서 오피니언 리더들이 모두가 전문적인 저널리즘 행위를 수행하는 것은 아니다. 이들은 개인 미디어로서 SNS를 활용하여 정보의 확산과 공감대 형성에 효과를 보고 있지만 이는 개인적인 이익을 위해서일 수도 있고 그들의 정보 생산 과정에서 전문성이나 객관성이 반드시 확보되었다고 말 할 수도 없다. 그렇기 때문에, SNS를 통해 유통되는 뉴스 정보의 정당성 판단이 사회적인 인기와 명성의 뒷전에서 희석되어 버리는 것을 주의해야 할 것이다.

둘째, **허위 정보의 신속한 확산으로 인한 피해 발생이다.** 정보 채널로서 SNS의 가장 현저한 특성은 신속하고도 폭 넓은 정보의 확산과 교환 기능이며 이는 긴급한 중대 사안을 알릴 때에 강력한 순기능으로서 그 역할을 한다. 하지만 허위 정보 역시 SNS를 통해 일순간에 대중에게 전파됨으로써 사회적인 불안을 초래할 수 있고 경제적 피해와 심리적 동요를 야기할 수도 있다. 더구나 이러한 소통 시스템을 통해 누구라도 정보를 게시하고 알릴 수 있기 때문에

허위 정보 확산에 의한 피해는 예측하지 못한 상황에서 돌발적으로 발생할 가능성이 높다.

셋째, SNS 공간에서 사생활의 침해와 개인 정보의 노출은 너무나도 쉽게 이루어질 수 있다. 이는 물론 전문적이지 못한 저널리즘 행위 및 허위 정보의 확산과도 전혀 무관하지 않지만 SNS의 기술적 특성 자체가 사생활 침해 발생에 매우 취약하다. SNS는 인맥을 기반으로 운용되며 SNS 상의 정보는 인맥에게 공개되므로 사적 정보가 부지불식간에 자신의 인맥을 통해 노출될 수 있다. 가령, 나의 사진이나 행적이 친구의 페이스북 상에 게시된다면 나의 정보가 친구의 인맥에게 공개됨으로써 나의 행적과 모습이 알지 못하는 그들에게 고스란히 보여 지게 될 수도 있고, 내가 친구에게 남긴 댓글이나 게시글 등도 그의 인맥에게는 모두 공개된다. 또한, SNS의 개인 프로필 정보나 게시물 등은 누구에게 어느 정도까지 공개할 것인지를 기술적으로 결정할 수 있지만, 사생활 침해에 대한 인식을 꾸준히 염두에 두고 있지 않으면 무의식중에 지극히 개인적인 정보를 언급함으로써 의도하지 않았던 사생활 노출이 발생할 수 있다. 그러나 가장 염려스러운 것은 해킹에 의한 피해이다. SNS에는 사진을 비롯하여 여러 가지 개인적인 사안이 담겨져 있으며, 물론 이를 비공개로 설정 하거나 친구 공개로 설정 해놓더라도 누군가에 의해 해킹 당할 우려를 전혀 없앨 수는 없다. 그동안 유명인의 SNS 계정이 해킹 당하는 사례는 종종 있었으며 유명인을 비롯해 누구든 사생활이 온전히 노출된다면 그로 인해 입는 피해는 이미 되돌리기 어렵게 된다.

넷째, SNS에서 소통되는 정보 가치에 대한 과대평가 혹은 과소평가이다. SNS 상에서 누군가 요란하게 정보를 부각시키고 의견을 주장하면 그것을 바라보는 가운데 어느 순간 그 정보의 가치가 실제보다 높게 인식될 수 있다. 몇몇 목소리 큰 소수의 의견이 마치 대중의 보편적인 견해인 양 과장되게 포장될 수도 있고 그로 인해 여론의 방향이 영향을 받는 상황에게까지 이를 가능성이 있다. 반대로, 중요하고 의미 있는 현안임에도 불구하고 너무나 많은 정보가 SNS를 통해 유통되는 상황에서는 사회적 단위의 논의나 충분



올 3월 트위터 계정을 해킹당한 슈퍼주니어 은혁의 트윗
(출처 : 은혁 트위터 캡처, @allriserilver)



Social Network

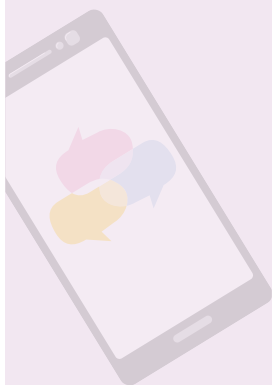
한 민주적 숙의가 이루어지지 못한 채 과소평가되어 묻혀버리는 경우도 적지 않게 존재한다. 혹은 실시간으로 간단하게 소식을 주고받는 시스템에 적합한 가볍고 트렌디한 뉴스 정보들만이 대중의 관심을 끌게 됨으로써 뉴스 정보의 지나친 연성화가 진행될 수 있다. 그럼으로써 뉴스 정보에 대한 진지함이나 성찰적 태도는 점차 결여되는 것이다.

마지막은 SNS에 과도하게 의존함으로써 나타나는 인간성의 상실이다. 빠르고 편리하게 정보를 수용하고 확산할 수 있는 SNS가 정보적 관점에서 분명 발전적인 미디어 환경을 견인하는 존재임은 부정할 수 없다. 그러나 SNS에 지나치게 의존한다면 자연히 사회적 관계나 면대면 대인 소통은 줄어들게 될 것이고 이는 결국 고독한 인간을 양산하며 인간성의 상실로까지 이어질 수 있다. SNS 상에서의 인맥이 비록 오프라인의 관계가 연장된 것이라고는 할 수 있겠으나 그들 상호간 관계 속에 내재된 진정성은 우리의 실제 삶에서 경험하고 축적해온 그것과는 분명 같지 않다. 기술이 인간 삶의 방식을 견인할 것인가, 인간이 기술을 추동하며 우리의 삶을 더욱 윤택하게 만들 것인가는 우리 스스로의 판단과 결정에 달렸다. SNS는 최첨단의 기술력 위에 편리함으로 무장하고 우리의 생활 속으로 파고들었지만 SNS를 수용하며 우리가 지켜나가야 할 가치는 결국 휴머니즘인 것이다.

대안 및 해결 방안

문명의 이기는 인간이 그것을 유리하게 활용함과 동시에 부작용을 극복할 수 있을 때 비로소 인간에게 온전히 이로운 그 무엇인가로서 역할을 하게 되는 것이다. 지금까지 SNS의 정보적 기능과 부작용에 대해 논의한 내용은 SNS가 편리한 정보 소통 채널의 이기로 자리매김 하는 데 걸림돌이 되고 있기 때문에 점차 해결되어야 할 문제이다.

무엇보다도 뉴스 정보 생산의 주체인 전통 언론사의 SNS를 향한 태도가 바뀌어야 할 것이다. ‘공생’이라는 미명하에 지금까지는 SNS를 정보원의 자격으로 격상 시켰으며 SNS에서 수립되는 의



제를 별다른 고민 없이 뉴스로서 승화시켰다. SNS 상에서 행해지는 특정 정치인 혹은 정치 성향을 표방하는 사회적 공인들의 사건이 가감 없이 언론 기사에 자주 보도된다. SNS가 개인 미디어라는 점에서 이들의 언사는 다분히 사적인 방향으로 흐를 수 있고 그들의 속내를 드러내는 발언 속에서는 공식 석상에서 취재하지 못한 내용이 담겨있을 가능성이 높다. 그렇기 때문에 SNS를 통해 얻은 정보가 기사화 되었을 경우 좀 더 자극적이고 현실적이며 주목을 더 많이 받을 수 있다. 이러한 점에서 언론사로서는 SNS가 구미 당기는 정보원이 아닐 수 없다. 그러나 뉴스 정보의 생산을 담당하는 것은 엄연히 전문성과 합법적인 시스템을 갖춘 언론사임을 명확히 해야 한다. 언론사가 SNS 공간에서 벌어지는 상황과 그 안에서 발생하는 각종 소식들을 중계하듯 보도하며 SNS를 정보 채널로서 정당화시키는 것에는 적절한 수위 조절이 수반되어야 할 것이다.

다음은 SNS에서의 정보 유통에 관한 가이드라인 혹은 법 제정이 속히 이루어져야 한다. SNS를 언론사 혹은 포털로 규정할 수 없기 때문에 현재로서는 SNS 상에서 이루어지는 각종 부정적인 행위들을 규제할 방안이 마땅치 않은 실정이다. SNS가 개인적인 공간이라 한다면 그 안에서 허위의 정보를 게시하더라도 그것

은 사적인 영역이라는 논리에 의해 자유가 부여될 수도 있다. 허위 정보 뿐 아니라 사생활 침해가 되는 정보가 일파만파 확산될 때에도 최초 게시자 이외에는 누구에 의해 어떠한 과정을 통해 확산되어 나가는지 추적하고 제재를 가하기가 쉽지 않다. 뿐만 아니라, ‘카더라’식의 추측성 정보가 마치 검증된 보도인 양 확산되며 원치 않는 피해를 유발하기도 한다. 지난 7월에 있었던 강남



2013년 7월 8일 한 네티즌이 자신의 트위터에 '강남역 침수'라는 제목으로 올린 사진과 그에 대한 서울특별시의 해명 트윗
(출처 : 세계일보, 「신논현역 하수도 역류 사진, 강남역 침수로 둔갑?」, 2013년 7월 9일자)

역 침수 오보는 그 대표적 사례라 할 수 있다. SNS 상에서는 개인의 위치 정보가 공개되어 도용되거나 개인이 무심코 남긴 크고 작은 정보가 수집되어 상업적으로 혹은 범죄에 이용될 가능성도 있다. 때문에, SNS 상의 정보가 악용될 가능성을 차단할만한 규제가 시급하다.

지금까지의 문제점들은 사실상 성숙한 SNS 문화의 부재로 인해 비롯되었다고 해도 과언이 아니다. 기술력의 발전 속도에 맞게 규범 문화내지는 도덕 수준이 함께 발전하지 못한 것이다. 우리는 이미 어릴 때부터 가정과 학교에서 사회적으로 의식해야 하는 예의가 무엇인지, 해서는 안 될 일이 무엇인지, 무엇이 범죄 행위인지를 배우고 이를 지키는 분위기 속에서 살아간다. 하지만 SNS가 일상의 일부가 되어버린 지금도 여전히 SNS의 예의, 규범, 건전한 문화를 교육해야 한다는 인식은 안타깝게도 부족하다. SNS 아노미가 더 이상 확산되는 것을 막기 위해서는 SNS 문화와 규범에 관한 교육이 제도적으로 자리 잡아야 할 것이다.

