

‘스마트폰 대중화’로 상징되는 IT혁명은 커뮤니케이션을 쌍방향의 밀도 높은 그물망 형태로 바꿔놓았다. 온라인이라는 가상의 세계는 그 어느 때보다 현실의 삶에 큰 영향을 갖는다. 뉴스는 인류 역사상 유례가 없을 정도로 폭증했다. 그 뉴스의 중요성을 결정하는 것은 더 이상 언론 엘리트들이 ‘신문 1면’이나 ‘헤드라인’에서 다뤘는지 여부가 아니다. ‘얼마나 많은 대중이 그 기사를 공유·댓글·좋아요 했는지’로 결정된다.

이런 기술적인 혁신에 불안한 정치·경제라는 ‘뉴 노멀’이 결합하면서 온라인은 혐오 폭증이라는 거대한 화약고가 됐다. 하지만 혐오에 대해 제대로 성찰하지 못한 언론은 대중과 함께 혐오를 강화하는 되먹임을 하고 있다. 1997년 IMF체제 이후 한국사회를 지배한 배금주의와 디지털 저널리즘에 대한 취약한 철학으로 인해 언론은 혐오에 바탕한 콘텐츠를 유통해왔고, 대중은 언론이 ‘인증’한 혐오에 동참했다. 수위는 이미 위험에 달했다.

언론을 통한 혐오표현의 증식

예로, 그간 여과 없이 사용해온 여성혐오적 표현을 꼽을 수 있다. ‘김여사’ 같은 해묵은 혐오표현 외에도 제목 뽑기 편리하다는 이유로 남용된 ‘○○녀’나 ‘트렁크녀’, ‘대장내시경녀’처럼 범죄 피해자의 인격을 오락거리마냥 침해하는 수준에 이르렀다. 여성의 특정 신체부위를 클로즈업하면서 성적대상화를 하는가 하면 ‘소라넷’ 운영자의 시점에서 기자가 1인칭 스토리텔링 기사를 출고하기도 했다. 사회 구성원의 절반에 달하는 여성들에 대한 인권 감수성이 취약한데 다른 구성원에 대해서 더 예민할 리가 없다. 조선족, 사회취약계층, 탈북자, 장애인, 고령자에 대해 언론은 어떻게 다루고 있는가.

정확하게 ‘온라인’에서 어떻게 다루고 있는가를 물어야 한다. 정규방송과 종이를 통해 유통되는 기사는 비교적 여러 단계의 데스크을 거치는 반면, 온라인은 무법지대와 비슷하다. 최근 모 언론사는 성폭행 사건을 다루면서 포르노 수준의 반인륜적 제목을 붙여 독자들의 질타를 받았다. 더 많은 트래픽을 끌어들이기 위한 무리수였다. 또 다른 언론사는 사회관계망 공식 계정을 통해 ‘일간베스트’나 다름없는 수위의 혐오 표현을 여과 없이 내보내고 있는데 동종 업계의 지적에도 시정의 기미는 보이지 않는다. 더 많은 반응과 클릭수를 얻는다면 문제가 없다는 식이다. 말하자면 일부 언론사는 디지털에서의 ‘이익’ 내지는 ‘성공’을 오로지 페이지뷰나 순방문자 같은 ‘양적평가’로 잘못 이해하고 있다. 결과적으로 더 선정적이고 말초적인 제목과 기사가 양산된다. 디지털 저널리즘을 망치는 것은 저널리즘에 대한 철학을 결여한 언론사 자신이다.

변화하는 사회 가치에 적응하지 못하는 언론사 내부 구성원들의 문제도 빼놓을 수 없다. 최근 불거진 리우 올림픽 성차별 중계 논란이 그 예이다. 해설자들은 여성 아나운서의 몸무게를 묻거나 ‘야들야들’같은 단어로 신체를 폄평해 물의를 빚었다. 내부 구성원들이 혐오에 대한 성찰이 부족하다는 방증이다. 이 문제는 문제의식을 가진 시청자들이 온라인에서 자발적으로 아카이브를 작성하면서 이슈화됐다. 청중은 21세기인데, 언론은 20세기에 머물고 있다.

소셜미디어 · 커뮤니티와의 되먹임

정보 과잉상태에 놓인 개인은 가치관을 공유하는 지인 · 집단이라는 ‘친구지능’을 이용해 사회관계망에서 뉴스를 취사선택하는 경향을 보인다. 뉴스 소비에 드는 시간을 아끼기 위한 합리적 적응이다. 또한 관계가 해체된 사회에서 소속감을 얻기 위한 방편이기도 하다.

하지만 사회관계망서비스가 개방적인 다원성뿐만 아니라 폐쇄적인 획일성도 동시에 보이는 점은 혐오 정서가 확산되는 오늘날 매우 우려스러운 일이다. 동질적인 뉴스 소비를 폐쇄적 집단 내에서 반복하는 과정은 자기비판적 사고가 부족한 개인이 기존의 잘못된 사고를 강화 또는 합리화하는 오류를 낳을 위험이 있다. 게다가 오프라인이라는 공간에서는 타인과 사회의 제지를 받을법한 트롤의 발언이 사이버공간에서는 갈등

회피적인 군중의 침묵 속에서 확산되는 현상을 보인다. 더 혐오적일수록 더 주목받고 더 멀리 퍼진다.

이 같은 커뮤니티에 혐오를 부채질하는 언론의 기사는 주유소에 불 지르는 격이 된다. 언론 엘리트가 사회적 신뢰를 많이 잃은 것은 사실이나, 신뢰할 만한 전문 인력이 사실관계를 확인했음을 알리는 ‘기사화’는 여전히 일정 수준의 권위를 갖기 때문이다. 언론이 혐오를 ‘공인’하는 순간 혐오는 현실의 물리적 폭력으로 언제든지 약자를 위협할 수 있다. 언론은 기계적 중립을 지키기보다는 문제적 혐오표현에는 맞서 싸울 용기를 가져야 한다.

그렇다면 사이버 공간상 혐오표현에 대해 언론이 해야 할 일은 무엇인가.

‘말’을 다루는 언론인이 기본능력으로 맞춤법과 정확한 문장을 구사할 것을 요구받는 것과 마찬가지로, ‘사회’를 기술하는 언론인은 사회의 다양한 약자들이 현재 처한 ‘혐오’라는 위협에 대한 감수성과 공감능력을 요구받는 것이 당연하다. 언론이 스스로를 자정할 능력을 인정받지 못해 청탁금지법(김영란법) 적용이라는 ‘외부 규제’를 받게 되는 일은 없어야 한다. 앞으로 경제는 더 나빠질 것이고, 혐오라는 집단적 먹구름은 더욱 짙어질 것이다. ‘혐오’를 파는 사이버 저널리즘은 배척돼야 한다.