

구글 '뉴스 트러스트 프로젝트'

# 기술로 저널리즘의 신뢰 복원하려는 야망



강석

텍사스대 샌안토니오 캠퍼스 커뮤니케이션학과 부교수

세계의 주요 뉴스 미디어 관련 총회나 회의에서 모든 참석자들이 가장 강조하는 하나의 용어가 있다. 첨단 디지털 미디어 기술 개발과 독자 관리, 다양한 수익 모델을 논하면서도 최종적으로 내리는 결론은 '퀄리티 저널리즘'이다. 어떤 언론사든 권위, 정확성, 가치, 사실에 입각하여 최선을 다한 기사를 독자들에게 전달하면 치열한 뉴스 시장에서 승자로 남을 수 있다고 말한다.

## 흔돈의 디지털 뉴스 생태계를 바꿔라

그러나 언론사들은 보다 많은 트래픽을 기록하여 수익을 남기고자 하는 데 관심을 두는 것도 현실이다. 뉴스의 질보다는 양 그리고 흥미와 궁금증을 유발하는 기사로 클릭율을 유도하는 방식을 선호하기도 한다. 이러한 흔돈의 디지털 뉴스 생태계를 우려하며 새로운 대안을 제시하는데 앞장선 움직임이 구글의 '뉴스 트러스트 프로젝트(The Trust Project)'

이다. 뉴스 트러스트 프로젝트는 구글의 뉴스 총책임자인 리처드 강그래스와 산타클라라대 윤리연구소의 저널리즘 윤리 선임 연구원인 샐리 러만이 2014년 10월에 시작했다. 이 프로젝트는 저널리즘이 뉴스와 정보 신뢰도 하락의 위기에서 벗어나 퀄리티 저널리즘 복원을 위해 체계적인 시도를 하자는 데 그 목적을 두고 있다.

뉴스 트러스트는 단순히 뉴스 정보의 객관성과 사실을 의미하는 것을 넘어서 뉴스를 하나의 종합적 산물로 보고 그 뉴스를 구성하는 요인들이 모두 투명하고 진실되며 가치를 지녀야 함을 일컫는다. 미국 전문기자협회(The Society of Professional Journalists, SPJ)의 윤리 강령 서문에는 저널리즘은 정의와 민주주의, 그리고 공중 계몽을 그 목적으로 한다고 명시하고 있다.<sup>1</sup> 이 서문에는 또한 저널리스트들은 정보를 자유롭게 교환하되 정확하고 공정하고 자세히 보도하는 것을 지향해야 한다고 강조

한다. 디지털 시대의 뉴스 신뢰도 복원을 위해 시작된 뉴스 트러스트 프로젝트는 SPJ의 강령을 디지털 환경에 맞게 재조명하는 시도를 보여준다.

이 프로젝트는 총 다섯 개의 주요 항목으로 요약된다.<sup>2</sup> 첫 번째는 미션과 윤리 강령을 해당 언론사 웹 사이트에 올리는 것이다. 이 언론사가 어떤 언론 철학과 올바른 저널리즘 정책을 기반으로 하고 있는지 사이트에 명시하여 모든 방문자가 쉽게 볼 수 있도록 한다면 언론사도 그에 따른 책임을 갖고 보다 저널리즘의 본질에 충실할 수 있을 것이라고 제안한다. 현재 전체 언론사의 절반정도만이 미션과 윤리 강령을 웹 사이트에 게재했을 뿐이다. 이 첫 번째 항목에서는 언론사가 네이티브 광고나 광고주의 간접적인 연결이 존재한다면 그러한 사실도 솔직하게 포함시킬 것을 강조한다. 즉 투명성을 제고함으로써 언론사에 대한 신뢰도를 높이이라는 의미이다.

두 번째는 저널리스트의 이력을 명시하라는 제안이다. 기자가 어떤 전문성이 있고, 주로 취재해온 분야, 그리고 그동안 작성해 왔던 기사들을 독자들이 한눈에 볼 수 있는 사이트를 제공하라고 말한다. 독자들이 그 기자에 대해 좀 더 잘 알고 전문성을 인정한다면 그 기자가 작성한 기사의 신뢰도도 상승할 것이다. 가령 독자들은 양질의 기사 또는 저질 기사를 읽을 때에도 기사뿐만 아니라 이를 작성한 기자도 궁금해 한다. 이때 가장 먼저 사용하는 방식이 구글 검색으로 그 기자에 대해 알아보는 것이다. 이 때 기자에 대한 바이오그래피를 볼 수 있다면 그 기자에 대한 신뢰도가 평가될 수 있다.

세 번째는 기사 작성에 도움이나 자료를 제공한 인터뷰이, 전문가, 사이트 링크, 원본을 어떻게 이용했는지에 대한 설명을 제공하는 것이다. 즉 하나의 기사가 작성되는 과정을 또 다른 스토리로 다루어

기자의 블로그나 소셜 미디어 페이지에 올리는 방법이다. 이 스토리는 공식 기사로 이용되지는 않지만 그 독창성 면에서 가치를 지니며 이를 확인한 독자들은 기자와의 신뢰를 쌓을 수 있다.

네 번째는 기사 내용에 대해 명확히 출처를 밝히는 것이다. 사이트나 인터뷰를 인용했다면 어디에서 얻었는지에 대해 문헌과 소스 링크를 제공하는 것을 의미한다. 이러한 방식을 통하여 기사의 사실 확인이 가능하다. 기사의 오류를 수정할 때나 보완 기사를 작성할 때도 출처 문헌을 함께 링크해야 한다. 또한 디지털 뉴스 환경에서는 큐레이션을 통해 하나의 뉴스가 여러 버전으로 재생산되기 때문에 문헌 링크는 기사의 신뢰에 큰 요인으로 작용한다. 최근 연구에서는 디지털 뉴스 기자들이 빠른 기사 작성과 비디오, 그래픽, 소셜 미디어를 주로 이용하면서 시간 제약으로 인해 내용 출처 표시 윤리에 대한 인식이 낮아졌다고 지적하고 있다.<sup>3</sup>

마지막 다섯 번째는 직접 찾아가서 취재하는 방식을 지향하자고 말한다. 이는 디지털 네이티브 뉴스 회사들에게는 실현하기 힘든 주문이 될 수 있다. 그러나 그만큼 직접 발로 뛰는 저널리즘을 구현할 때 양질의 기사가 나올 수 있다는 점을 강조한다.

### 시스템 작동 원리

구글이 이러한 주요 항목을 잘 이행하는 언론사들에게는 구글의 기술을 이용한 보상을 제공한다는 것이 뉴스 트러스트 프로젝트의 주된 목적이다. 구글 뉴스의 검색 결과에서 객관성, 균형, 독창성, 권위를 두루 갖춘 기사가 가장 상단에 위치하도록 프로그래밍 한다는 것이다. 구글은 뉴스 트러스트 프로젝트를 통해 정글과도 같은 디지털 뉴스 시장에서 옥석을 가려내고자 한다. 이 때 구글만이 지닌 거



구글은 정글과도 같은 디지털 뉴스 시장에서 육석을 가려내고자 한다.  
구글만이 지난 거대한 검색 네트워크와 콘텐츠 관리 시스템 기술을  
이용해 독자에게는 양질의 뉴스를 제공하고 언론사에는 경제적  
혜택이 돌아가는 시스템을 구축하자는 것이다.

대한 검색 네트워크와 콘텐츠 관리 시스템 기술을 이용하여 독자들에게는 양질의 뉴스를 제공하고 언론사에는 그만큼의 경제적 혜택이 돌아가도록 하는 시스템을 구축하자는 것이다.

그러면 어떻게 검색 결과를 원하는 방식대로 조절할 수 있을 것인가? 구글은 뉴스 검색 과정에서 퀄리티 ‘표준’ 설정 방식을 택했다. 뉴스 알고리즘을 총 13개 메트릭스로 정리하여 이에 해당되는 뉴스가 ‘양질’의 뉴스로서 검색 결과 우선순위에 위치한다. 13개의 메트릭스에는 해당 뉴스 주제의 기사 빈도, 기사의 길이, 기사에서 강조한 이슈의 중요성, 속보 지수, 독자가 읽은 횟수, 기사당 인터뷰 수, 글로벌 독자 이용 수 등이 포함된다.

그러나 전문가들은 구글의 시스템만으로는 이러한 모든 요건이 충족된 기사가 양질의 저널리즘 검색 결과를 대표하는데 제한이 있을 것으로 본다. 구글 시스템에 대안 기술이 추가된다면 그 목적을 효과적으로 달성할 수 있다고 제안한다. 이에 대해서 업계에서는 두 가지의 대안을 제시한다. 하나는 ‘뉴스 프로파일링’이다. 이는 디지털 광고 분석에서 사용되는 소비자 프로파일링의 개념을 도입한 것이다. 소비자들이 어떤 인구통계학적 배경이 있고 어떤 제품과 어느 날과 시간대에 특정 사이트에 방문하여 제품을 구입했는지 등에 관한 총체적인 프

로파일을 의미한다. 뉴스도 마찬가지의 독자 프로파일을 구축하는 것이다. 독자들이 개인적 특성에 따른 뉴스 기사 이용, 시간, 빈도, 방문한 뉴스 사이트, 읽은 기사의 기자 리스트, 비디오 뉴스 이용 빈도 등을 프로파일화하는 것이다. 이 정보를 체계적으로 이용하여 현재 구글의 뉴스 알고리즘 메트릭스에 추가하면 검색 결과에 보다 다양한 요인들이 반영될 수 있다. 이를 통해 ‘퀄리티 저널리즘’ 검색 결과를 보다 정교화하자는 제안이다.

업계가 제시하는 두 번째 대안은 ‘역 CMS 기술(Inveted CMS Technology)<sup>1)</sup>’이다. 이 방식은 언론사 뉴스 사이트의 자체 CMS에서 개방형 표준 퀄리티 신텍스(Open Standardized Quality Syntax)<sup>2)</sup>를 적용시

1) 지금까지는 구글에서 뉴스 검색을 하면 퀄리티 저널리즘 요건이 프로그램된 구글 뉴스 시스템이 그에 맞게 검색하여 결과를 보여주었다. 역 CMS 기술이란 이와 반대로 CMS가 뉴스 제작 단계부터 퀄리티 저널리즘 키워드 태깅(tagging)을 자동으로 설정, 실행하는 것을 말한다. IBM AlchemyAPI와 같은 애플리케이션이 이런 역할을 할 수 있다. CMS가 기사 제작 단계부터 기사의 길이, 인용된 인터뷰, 주요 용어, 장소, 기자, 에디터, 언론사 이름 등, 상세하게 프로그램 된 애플리케이션을 통해 자동 태깅을 실행한다. 그러면 인터넷에는 기사와 자동 태깅된 키워드가 동시에 출판된다. 이러한 CMS를 기반으로 한 뉴스 검색이 이루어지면 현재의 구글 뉴스 검색보다 더욱 정교하게 퀄리티 저널리즘 검색 결과를 도출해 낼 수 있다.

2) 개방형 표준 퀄리티 신텍스란 작성된 기사를 자동 태깅하여 퀄리티 저널리즘 요건을 키워드로 설정하는 방식이다. 개방형 표준 퀄리티 신텍스는 CMS안에 애플리케이션(application)이나 플러그인(plug-in), 애드온(add-on) 등으로 설치될 수 있다. 보다 자세한 내용과 프로세싱 모델은 <http://qz.com/416721/google-could-fix-the-business-side-of-digital-journalism-by-building-a-cms/>에서 확인할 수 있다.

키는 방식이다. 즉 예를 들어, 하나의 기사에서 인터뷰와 인용을 더 많이 신고 장문의 기사로 작성하며 사람이나 장소의 이름을 보다 많이 사용한다. 그러면 CMS의 자동 태깅 방식이 적용되어 퀄리티 저널리즘(인용 횟수, 인터뷰 수, 기사의 길이, 취재 대상의 이름과 장소)의 속성을 반영한 기사의 요건을 갖추게 된다. 이로 인해 구글 뉴스 검색에서 결과 상단에 더 오랜 기간 동안 위치할 수 있다. 이 방식은 언론사의 CMS에 ‘개방형 표준 신팩스’와 ‘자동 태깅 방식’을 적용시킬 때 가능한 것이다. 구글이 이러한 CMS를 검색 방식에 적용시키면 뉴스 트러스트 프로젝트의 목적을 보다 실질적으로 달성할 수 있다고 제안한다.

### 의의와 한계 그리고 전망

구글은 뉴스 신뢰도 척도에 기반한 알고리즘을 이용한 검색 결과가 퀄리티 저널리즘을 실현할 수 있다고 보는데, 한편으로는 함정도 있다. 자칫 잘못된 정보가 뉴스화됐을 때 그 뉴스가 관심도가 높은 스토리라면 여러 정보가 일반화되어 검색 결과 상단에 위치할 수도 있다. 예를 들어 오바마 대통령이 자신이 케냐에서 태어났다고 농담을 했을 때 이에 대한 관심도가 높기 때문에 뷰가 증가할 수 있고 그러다 보면 자칫 그 정보가 사실로 둔갑하여 뉴스 검색 결과로 나타날 수도 있다. 즉 ‘사실’과 ‘믿음’ 사이에서 검색이 착오를 일으킬 수 있다. 또 하나의 예로, 기후변화 문제를 믿지 않는 반대파들은 기후변화와 온난화에 대한 ‘사실’이 있다고 해도 이들이 지닌 강한 ‘믿음’이 기사에서 강조될 수 있다. 이러한 작은 뉴앙스를 구글 검색이 퀄리티 저널리즘 요인들을 토대로 프로그래밍을 한다고 해도 과연 정확하고 올바른 뉴스 검색 결과를 도출해 낼 수 있을 것인가가 우려된다.

사실과 정확도, 권위, 가치, 예측과 같은 사회적이며 질적인 개념을 알고리즘으로 수학적으로 풀이 하다 보면 예상치 못한 다른 방향의 검색 결과가 나올 수도 있다. IT 전문가들은 사실이 아니라도 널리 인정되는 믿음과 사실 또는 진실과의 차이가 구글 뉴스 트러스트 프로젝트가 추진하는 검색에서 제대로 구현될 것인가를 지적한다.<sup>4</sup>

세계 최대 검색 엔진인 구글이 기술력을 이용하여 저널리즘의 신뢰를 복원하기 위해 노력하고 있다. 기술과 저널리즘을 결합시키는 이 시도는 한편으로는 독자들에게 인위적인 검색 결과를 제공하여 선택권을 제한한다는 비판을 받을 수도 있다. 또한 언급된 대로 언어와 맥락의 뉴앙스로 인해 의도하지 않은 결과물이 도출될 수도 있다. 그러나 뉴스 트러스트 프로젝트를 통해 저널리즘이 윤리적으로 새롭게 태어나야 한다는 메시지를 던졌다는 점에서 중요한 의의를 찾을 수 있다. 이는 구글 뉴스 트러스트 프로젝트의 책임자인 리처드 깅그拉斯가 “저널리스트들이 이전 아날로그 방식으로 뉴스 신뢰 요인들을 일방적으로 정할 수 없다”고 말한 것처럼 이제 디지털 시대에 맞는 퀄리티 저널리즘이 구축되어야 함을 제시하고 있다.■

1 SPJ Code of Ethics. (2014). Preamble. <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

2 Filloux, F. (2015). From "trust in news" to "news profiling." *Monday Note*. <http://www.mondaynote.com/tag/trust-project/>

3 Garcia-Avilés, J. (2014). Online newsrooms as communities of practice: Exploring digital journalists' applied ethics. *Journal of Media Ethics*, 29(4), 258–272. doi: 10.1080/08900523.2014.946600

4 Gewirtz, D. (2015). Would you trust Google to decide what is fact and what is not? ZDNet. <http://www.zdnet.com/article/would-you-trust-google-to-decide-what-is-fact-and-what-is-not/>