

댓글, 어떻게 할 것인가?

허위 정보 규제는 엄격하게, 소통 위축은 경계해야

이은주 / 서울대 언론정보학과 교수

댓글이 비록 세련되고 정제된 형태는 아닐지라도 사회적 이슈에 대해 달리 발언 기회를 갖지 못한 대중의 목소리가 ‘있는 그대로’ 표출되는 공간이라는 암묵적 믿음은 최근 일련의 사태를 겪으면서 허물어졌다. 기사 내용과 관련된 이해 당사자들이 조직적으로 댓글을 조작한다는 혐의는 예전부터도 심심찮게 제기돼왔다. 그러나 국정원 댓글 조작 사건과 소위 ‘드루킹’ 사건이 터지면서 댓글의 존재 가치에 대한 근본적인 회의가 여기저기서 터져나오고 있다.

댓글 조작이 곧 여론 조작, 나아가 선거 결과 조작이라는 주장은 댓글이 사람들의 생각이나 태도에 어떤 영향을 주는가에 대한 실증적 근거보다는 댓글의 사회적 영향력을 둘러싼 막연한 가정에서 비롯된 것으로 보인다. 본고에서는 댓글이 여론을 포함한 사회 현실에 대한 인식, 보도된 사안에 대한 태도, 뉴스 기사의 평가 및 이해 등에 어떤 영향을 미치는가에 관해 일련의 연구결과를 살펴봄으로써 댓글의 사회적·정치적 함의에 대한 이해를 돕고자 한다.

댓글=여론?

인터넷 포털사이트에 게시된 뉴스에 댓글을 작성하는 사람은 읽는 사람들에 비해 극소수에 불과하다. 이는 뉴스 이용자들 역시 잘 알고

있다. 그럼에도 사람들은 댓글 의견을 마치 한국 사회 전체의 여론인 것처럼 확대해석하는 경향이 있다. 최근 한 조사에서도 댓글은 ‘소수의 의견에 불과하고’(56%), ‘유용한 정보가 별로 없으며’(65%), ‘감정이 여과 없이 표출된다’(76%)는 데 다수가 동의했다. 하지만 동시에 응답자의 70%는 지난 일주일 동안 포털사이트 뉴스 하단에 올라온 댓글을 읽은 경험 있고, 이 중 84%는 다른 사람들이 어떻게 생각하는지 궁금해서 댓글을 읽는다고 답했다.¹

사실 특정 기사에 대한 수백 명의 찬성, 반대가 열명 남짓한 사람들이 남긴 댓글보다는 상대적으로 여론 대표성이 높다고 할 수 있다. 그럼에도 실제 여론을 추측함에 있어 사람들은 전자보다 후자에 더 의존하는 것으로 나타났다.² 이는 사람들이 어떤 사안을 판단할 때 관련 정보를 최대한 폭넓게 검토하고 결론 내리기보다는 쉽게 떠올릴 수 있는 최소한의 정보만으로 빠르게 판단하는 인지적 경향성을 갖고 있기 때문인 것으로 해석된다. 이 과정에서 사람들은 수치화되거나 복잡한 정보보다는 알기 쉽고 생생한 이야기 정보를 더 잘 기억하고 활용하는데, 댓글은 기억하기 쉬운 이야기를 제공한다는 점에서 여론 지각에 활용되기 쉽다. 이처럼 소수의 댓글을 바탕으로 한국 사회 전체의 여론을 짐작하는 경향은 평소 논리적,

분석적 사고를 즐기는 사람들에게서 더 강하게 발견되기도 했다.³ 뉴스 이용자가 댓글을 읽으면서 해당 사안에 대한 사회 전반의 여론을 추정한다는 사실은 여론에 대한 왜곡된 인식 그 자체보다는 거기서 파생하는 부수적 효과로 인해 더 중요한 의미를 갖는다. 즉 사람들이 댓글을 읽고 대세라고 판단하는 여론의 흐름에 동조하게 된다면 실제로 여론의 향방이 달라질 것이라 예상할 수 있다. 이러한 다수 의견, 혹은 이기는 쪽에 편승하려는 경향은 밴드왜건 효과(bandwagon effect)라는 이름으로 잘 알려져 있다.

하지만 실제로 사람들이 댓글을 읽고 댓글과 같은 방향으로 자신의 의견을 바꾸는지에 대해서는 명확한 결론을 내리기 어렵다. 예컨대 온라인 기사에 달린 긍정적 또는 부정적 베스트 댓글을 읽고 본인의 의견을 댓글로 작성하도록 한 경우, 긍정적 베스트 댓글을 읽은 집단은 부정적·중립적 베스트 댓글을 읽은 집단에 비해 긍정적인 댓글을 더 많이 작성하는 것으로 나타났다. 이는 적어도 다른 사람들의 공감을 얻은 댓글은 독자의 의견 ‘표명’에 영향을 줄 수 있음을 의미한다.⁴ 그러나 댓글에 의한 태도 변화가 논리적 사고를 기피하는 사람들에게서만 제한적으로 발견되거나,⁵ 댓글이

뉴스 이용자의 의견에 그다지 영향을 미치지 못하는 것으로 나타난 연구도⁶ 있음을 고려할 때, 댓글이 어떤 조건에서 얼마나 사람들의 의견에 영향을 주는지는 단정하기 어렵다. 다만 자신의 의견과 일치하는 댓글에 노출된 경우, 반대하는 댓글을 읽은 사람들에 비해 사회 전체의 여론이 본인 입장에 더 호의적이라 생각하고 댓글을 읽기 전보다 더 극단적인 의견을 보였다는 연구 결과⁷는 댓글이 의견 양극화를 강화할 수 있음을 시사한다. 댓글이 뉴스 이용자들의 의견에 얼마나 영향을 미치는가에 대한 실증적 증거와는 무관하게 사람들은 댓글이 우리 사회의 여론을 좌우할 수 있는 힘을 지녔다고 생각하는 경향을 보이는데, 이는 ‘제3자 효과’로 설명할 수 있다. 제3자 효과는 매스미디어가 자신보다 다른 사람들(제3자)에게 더 큰 영향을 준다고 생각하는 현상을 지칭한다. 자신은 댓글을 읽었다고 해서 딱히 생각이나 태도를 바꾸지 않지만, 다른 사람들은 문제 있는 댓글을 읽고 잘못된 믿음을 가지거나 그릇된 방향으로 태도를 바꾸게 될 것이라고 생각하는 경향이다. 이때 미디어의 영향력이 크다고 믿는 사람들일수록 관련 규제에 찬성하게 된다. 드루킹 사건 발생 이후 포털사이트의 댓글 칸을 아예 폐지해야 한다거나 아웃링크를 법제화해야



기사 내용과 관련된 이해 당사자들이 조직적으로 댓글을 조작한다는 혐의는 예전부터도 심심찮게 제기돼왔다. 그러나 국정원 댓글 조작 사건과 소위 ‘드루킹’ 사건이 터지면서 댓글의 존재 가치에 대한 근본적인 회의가 불거졌다. ©news1

한다는 움직임이 봇물처럼 터져나온 것도 이 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 물론 기술적 수단을 동원해 존재하지 않는 여론을 허위로 만들어내는 행위는 법적으로 엄격히 규제해야 마땅하지만 댓글이 여론에 미치는 영향을 과대평가한 나머지(혹은 이를 빌미로) 사회적 소통양식으로서의 댓글을 위축시키는 것은 아닌지 검토할 필요가 있다.

독자의 기사 해석에도 영향 끼쳐

댓글의 영향은 단지 보도된 기사에 대해 다른 사람들이 어떻게 생각하는지 짐작하는 것을 돕는데 머물지 않는다. 무수히 발생하는 사건, 사고, 이슈 중에서 공중이 알아야 하는 것, 알 만한 가치가 있는 중요한 내용을 선별해서 보도한다는 점에서 뉴스미디어는 전통적으로 게이트키퍼의 역할을 하는 것으로 이해돼왔다. 또한 어느 지면에, 얼마나 많은 지면을 할애해서 보도하는가에 따라 독자들은 해당 의제의 상대적 중요도를 판단하곤 했다. 하지만 포털 뉴스 사이트에는 댓글 많은 기사의 목록이 별도로 순위가 매겨진 채 눈에 띄게 제시돼 있다. 이들 기사는 유명인의 연애, 결혼, 이혼 소식처럼 전통적 의미에서 뉴스 가치가 높지 않은 기사가 대부분이지만, 정보의 홍수 속에서 독자들이 어떤 기사를 찾아 읽을 것인가를 결정하는 편리한 선택 기준으로 활용된다.

문제는 본인들이 동의하고 공감하는 기사를 전면에 부상시키기 위해 조직적으로 댓글 수를 늘리는 사례가 종종 발생한다는 점이다. 특정 시점에 사람들이 관심을 갖는 이슈의 수는 제한되어 있기 때문에 어떤 사건을 공공 의제로 만든다는 것은 다른 이슈를 대중의 관심 밖으로 밀어내는 것을 의미한다. 이런 점에서 미디어의 의제 설정 기능에 대한 감시만큼이나 댓글을 이용한 의제 형성 과정에 비판적 성찰이 필요하다.

기사와 함께 읽게 되는 댓글은 여론뿐 아니라

“ 댓글은 구색을 맞추기 위해 선별해 신문 한 귀퉁이를 차지했던 ‘독자의 소리’와는 질적으로 구별된다. 뉴스 이용자들은 댓글을 통해 여론을 유추하고, 기존 의견을 강화할 뿐 아니라 기사 내용을 달리 평가하고 해석한다. 온라인 저널리즘의 일부로 자리 잡은 댓글의 성격을 정확히 이해하고, 댓글로 인한 부작용을 어떻게 예방하고 줄일 수 있을지 생산적으로 논의하기 위해서는 무엇보다 댓글의 효과에 대한 엄밀하고 체계적인 연구가 요구된다. ”

기사의 논조에 대한 인식에도 영향을 준다. 예컨대 자신의 의견과 반대되는 댓글을 읽은 사람은 (다른 사람들은 중립적이라고 판단한) 기사의 논조가 편향되어 있다(적대적 미디어 지각: hostile media perception)고 평가했다.⁸ 댓글 내용에 따라 적대적 미디어 지각이 발생할 수 있다는 사실은 기사와 댓글의 정보를 처리하는 과정에서 일종의 동화 효과(assimilation effect)가 발생함을 보여주는 것이다. 이는 기사와 댓글에 동시에 노출된 경우 사람들이 각각을 별개의 정보원에 의한 것으로 구분하지 못하기 때문에 나타나는 현상으로 이해된다. 가령 뇌물 수수 혐의를 받고 있는 정치인 관련 기사에 달린 댓글 중 해당 정치인을 두둔하는 내용이 있을 경우, 기사가 해당 정치인에게 우호적인 태도를 보였다고 평가하게 되는 것과 마찬가지다.

나아가 댓글은 사람들이 기사에 보도된 내용을 이해하고 해석하는 데도 차이를 가져온다. 이를테면 통상적인 범죄 기사에 범죄 발생 지역을 거론하며 공공연하게 지역감정을 조장하는 댓글(“또 XX도냐? 역쉬. 무서운 종자들이네~ 인간 말종 동네~”)이 달린 경우, 지역감정과 무관한 댓글이 달린 경우와 비교했을 때 사람들이 해당 지역의 범죄 발생률을 다른 지역보다 더 높게 추정했다.⁹ 즉 독자들이 특정 지역에 대한 악의적 편견에 동의하지 않더라도 그러한 댓글에 노출됐을 때 실제로 해당 지역에서 범죄가 빈번히 발생하는 것으로 부지불식간에 생각하게 된다는 것이다. 하지만 지역감정을 유발하는 댓글을 다른 작성자가 정면으로 반박하는 경우에는 악성 댓글이 해당 지역의 범죄를 인식에 미치는 효과가 사라졌다. 이러한 결과는 악성 댓글에 대한 합리적이고 분별 있는 댓글이 일종의 교정 작용을 할 수 있음을 시사하는 것으로, 소위 ‘공론장’으로서 댓글 공간의 가능성에 대한 희망을 갖게 해준다. 하지만 지역감정을 조장하는 댓글만 읽었던 이를 반박하는 댓글까지 함께 읽었든, 댓글에서 지역을 언급한 경우 지역감정이 지속되는 원인으로 뉴스 매체의 책임을 꼽는 경향이 더 높아졌다. 뉴스 기사는 육하 원칙에 따라 관련 사실만 객관적으로 보도했을 뿐인데 이러한 경향이 높아졌다는 사실은 앞서 언급한 것처럼 사람들이 기사와 댓글을 분리해서 인지하지 못하기 때문인 것으로 보인다.

체계적인 댓글 연구 필요

누구나 저널리스트가 될 수 있고 1인 미디어의 주인이 되는 시대, 인터넷 뉴스 사이트의 댓글은 예전에 구색을 갖추기 위해 담당자에 의해 선별돼 신문 한 귀퉁이를 차지했던 ‘독자의 소리’와는 질적으로 구별되는 독립적 콘텐츠로 자리 잡았다. 뉴스 이용자들은 댓글을 통해 여론을 유추하고 기존 의견을 강화할 뿐 아니라 기사 내용을 달리

평가하고 해석한다. 이처럼 댓글로 인해 기사의 편향성을 의심받고 보도 내용에 대한 부정적 평가와 잘못된 해석이 발생할 수 있다는 사실은 댓글 공간을 합리적인 의견 개진의 장으로 만드는 데 누구보다도 언론사들이 앞장서야 할 필요성을 제기한다. 이미 온라인 저널리즘의 일부로 자리 잡은 댓글의 성격을 정확하게 이해하고, 댓글로 인한 부작용을 어떻게 예방하고 줄일 수 있을지 생산적으로 논의하기 위해서는 무엇보다 댓글의 효과에 대한 엄밀하고 체계적인 연구가 요구된다. 본고를 통해 조금이나마 관련 연구에 대한 이해와 관심을 높일 수 있다면 다행이겠다. ■

- 1 한국언론진흥재단(2018), ‘포털 뉴스서비스 및 댓글에 대한 인터넷 이용자 인식조사’. 미디어 이슈, 4권 5호.
- 2 Lee, E.-J., & Jang, Y. J. (2010), ‘What do others’ reactions to news on Internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers’ need for cognition on reality perception’. Communication Research, 37, 825-846.
- 3 이은주·장윤재(2009), ‘인터넷 뉴스 댓글이 여론 및 기사의 사회적 영향력에 대한 지각과 수용자의 의견에 미치는 효과’. 한국언론학보, 53권 4호, 50-71.
- 4 문광수·김술·오세진(2013), ‘베스트 댓글의 방향성이 일반댓글의 동조효과에 미치는 영향’. 한국콘텐츠학회논문지, 13권 12호, 201-211.
- 5 Lee, E.-J., & Jang, Y. J. (2010), ‘What do others’ reactions to news on Internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers’ need for cognition on reality perception’. Communication Research, 37, 825-846.
- 6 김은미·선유화(2006), ‘댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과’. 한국언론학보, 50권 4호, 33-64.
- 7 장윤재·이은주(2017), ‘있는 그대로의 댓글 vs. 승인받은 댓글 vs. 인용된 댓글: 댓글에 대한 제3자 개입이 여론 지각 및 이슈에 대한 의견에 미치는 영향’. 사회과학연구논총, 33권 1호, 377-416.
- 8 Lee, E.-J. (2012), ‘That’s not the way it is: How user-generated comments on the news affect perceived media bias’. Journal of Computer-mediated Communication, 18, 32-45.
- 9 Lee, E.-J., Kim, H. S., & Cho, J. (2017), ‘How user-generated comments prime news processing: Activation and refutation of regional stereotypes’. Communication Monographs, 84, 75-93.