

4차 산업혁명과 언론의 미래

이효성 방송통신위원장

세계기자대회에 참석하기 위하여 한국을 방문해주신 세계 각국의 기자 여러분 반갑습니다. 그리고 정규성 회장님을 비롯하여 이 행사를 준비하기 위해 여러모로 애쓰셨을 한국기자협회 관계자 여러분께도 깊은 감사를 드립니다.

제가 오늘 이 자리에 참석한 기자 여러분과 함께 생각해보고 싶은 주제는 '4차 산업혁명과 언론의 미래'입니다. 4차 산업혁명이란 말은 최근 한국 사회에서 디지털 혁신의 키워드처럼 빈번하게 사용되고 있습니다. 새로운 산업혁명 시기를 맞아 사회, 경제, 문화 전반에서 변화를 추구하자는 목소리가 높습니다.

사실, 4차 산업혁명이란 말이 한국 사회의 새로운 화두로 던져지고 널리 회자되기 시작한 것은 불과 2년 남짓 합니다. 2016년 1월에 열린 다보스포럼에서 4차 산업혁명이 주제로 논의되었다고 하나, 적어도 한국 사회의 구성원들에게 이 용어가 익숙해진 계기는 2016년 3월 9일부터 시작된 인공지능 '알파고'와 프로 바둑기사 이세돌 9단의 역사적인 대국에서부터가 아닐까 싶습니다. 아마 체스 문화권에서 오신 기자 여러분께서는 지난 1997년에 있었던 IBM의 슈퍼컴퓨터 '딥블루(Deep Blue)'와 체스 그랜드마스터 가리 카스파로프(Garry Kasparov)의 대결을 떠올

리실 지도 모르겠습니다.

한국을 포함한 바둑 문화권에서는 바둑 고수를 가리켜 입신(入神)의 경지에 올랐다고 표현합니다. 프로 바둑기사, 특히 이세돌 9단처럼 여러 타이틀을 획득했던 저명한 기사는 평범한 사람들이 감히 넘볼 수 없는 높은 수준의 지적 능력을 갖춘 존경의 대상으로 여겨 왔습니다. 때문에 인공지능 알파고가 이세돌 9단을 꺾었을 때, 인간 지성이 기계에게 패배한 것과 같은 묘한 상실감과 슬픔을 느낀 분들이 적지 않았습니다.

그 충격은 인공지능에 대한 폭발적인 관심으로 이어졌습니다. 잘 알려진 것처럼 4차 산업혁명의 핵심은 빅데이터 분석과 정교한 알고리즘을 토대로 인공지능이 그동안 인간이 해왔던 일의 많은 영역, 지적 노동으로 여겨졌던 분야까지도 대신한다는 것입니다. 따라서 미래에는 여러 전문 직업이 소멸할 것이고, 직업으로서의 저널리스트도 사라질 것이라는 전망이 제기되고 있기도 합니다. 언론의 미래에 대해서는 어두운 예측이 쏟아지고 있습니다.

이런 전망을 부추기는 여러 분석과 수치들이 존재합니다. 종이 신문의 구독률은 다른 국가들과 마찬가지로 한국에서도 회복하기 어려운 수준으로 떨어지고 있습니다. 방송 뉴스도 마찬가지로 20세기에 거두었던 놀라운 성과를 빛바랜 과거로 돌이켜볼만큼 대중적 신뢰도와 영향력에서 쇠퇴하고 있습니다. 부끄러

운 고백입니다만, 최근 한국언론진흥재단과 영국 옥스퍼스 로이터저널리즘연구소가 세계 36개국을 대상으로 국민들이 느끼는 뉴스 신뢰도를 공동 조사한 결과에 따르면, 한국이 그리스와 함께 공동 최하위로 나타났다고 합니다.

과거 10여 년간의 권위주의 정부 하에서 정파성의 과잉으로 인한 공정성 약화와 언론자유의 위축, 새로운 플랫폼을 통한 뉴스 소비 구조에 적절하게 대응하지 못하면서 빚어진 매우 낮은 뉴스 브랜드 인식, 그리고 포털 중심의 뉴스 유통 구조 등이 복합적으로 작동하여 한국 언론의 신뢰성이 크게 하락했던 것입니다. 작년 5월 민주 정부의 출범과 함께 언론에 대한 국민들의 기대와 신뢰가 다소나마 회복되고 있는 모습을 보여주고 있습니다만, 여러 여건이 녹록하지만은 않아 보입니다.

하지만 변화와 혁신이 빈번하게 언급되고 저널리즘의 위기가 거론되는 시대일수록 우리가 휘청거리지 않고 중심을 잡을 수 있는 출발점은 변하고 있는 것들을 허겁지겁 쫓는 것이 아니라 변하지 않는 가치를 되새겨 성찰하는 데서 비롯할 것입니다.

인류에게는 그 출발부터 우리를 둘러싼 환경을 파악하여 새로운 소식과 정보를 얻는 일이 생존을 위해 필수적이었습니다. 또한 환경에 관한 거짓 정보는 우리를 위협에 빠뜨릴 수 있기에 뉴스의 진실성은 매우 당연하게도 절실한 가치였습니다. 이처럼 환경에 대한 감시(surveillance of the environment)와 그로부터

비롯한 정보의 진실성은 저널리즘이란 용어가 탄생하기 이전인 까마득한 과거부터 오늘날에 이르기까지 뉴스의 가장 중요한 가치이자 본령으로 기능해 왔습니다.

나아가 인간은 어떤 사건이 발생했을 때, 단순한 정보를 얻는 것에서 그치지 않고 그것이 어떤 맥락에서 일어났는지, 그 사건이 우리에게 어떠한 영향을 미치는지를 알고 싶어 합니다. 이는 자연스럽게 뉴스에 대한 해석의 필요성을 낳았습니다. 환경감시와 함께 언론의 해석 기능은 좁게는 저널리즘의 역사와 함께, 넓게는 인류의 역사와 같이 해왔다고 말할 수 있을 것입니다. 따라서 언론학의 기초를 놓은 미국의 정치학자 해롤드 라스웰(Harold Lasswell)은 언론의 핵심 기능으로 환경에 대한 감시와 사회의 상관조정(correlation of the parts of society)을 통한 해석을 우선적으로 꼽은 바 있습니다.

저널리즘의 본질이자 핵심이라고 말할 수 있는 환경감시와 해석 기능은 앞으로도 여전히 유효할 뿐만 아니라 4차 산업혁명이 몰고 올 인공지능의 시대에서도 기계가 아닌 인간, 여러분 저널리스트가 맡아야 할 역할입니다. 인공지능은 진실의 가치를 정확하게 판단할 수 없을 것이기 때문입니다.

다스 베이더는 할리우드 영화 <스타워즈>에서 가장 유명한 악당입니다. 그러나 우리는 최후의 순간에 아들을 구하기 위해 목숨을 던진 다스 베이더를 악당이라고만 단정 짓는데 주저하면

서 훨씬 입체적인 캐릭터로 이해합니다. 인공지능은 과연 어떻게 이해할까요? 머신 러닝을 통해 막대한 관련 데이터를 습득한 다음에는 인간과 비슷한 판단을 내릴 수도 있을 것입니다. 그러나 아직 충분한 데이터가 주어지지 않은 새로운 상황에 맞닥뜨리게 되면, 인공지능은 인간의 복잡 미묘한 판단력을 대신하기에 역부족일 것입니다.

어느 뇌과학자는 다음과 같은 사례로 인공지능과 인간 지성을 비교한 적이 있습니다. 모차르트의 교향곡을 모두 인공지능 작곡 프로그램에 입력한 뒤, 모차르트스러운 교향곡을 새로이 작곡하라고 하면, 근사한 작품을 만들어낸다고 합니다. 그런데 바흐에서 모차르트를 거쳐 쇤베르크에 이르기까지, 지금까지의 모든 교향곡들을 인공지능에 전부 입력한 뒤에, 입력한 교향곡들과는 다르면서도 일정 수준 이상의 미적 가치를 가진 작품을 만들어내라고 명령하면, 이를 제대로 해내지 못한다고 합니다. 입력해준 데이터를 뛰어넘는 비판적 사고가 아직 인공지능에겐 무리이기 때문입니다.

인간 지성의 본질은 데이터를 그대로 받아들이는 것이 아니라 비판적으로 판단하는 데 있습니다. 얽히고설킨 사건들의 배후에 놓인 진실을 추적하는 것, 공정하게 시시비비를 가리는 것은 빅데이터 분석이나 머신러닝으로 대체할 수 없는 인간 지성의 몫, 바로 여러분 저널리스트의 역할입니다.

근대적 언론기관(press)이 300여 년 전에 처음 정립된 이후로 그 존재 양식이나 저널리즘의 형식은 상당한 변화를 겪었지만, 저널리즘의 원칙과 목적 자체는 거의 훼손되지 않은 채로 오늘날까지 이어지고 있습니다. 거슬러 올라가보면, 신문의 선조라고 평가받는 고대 로마의 악타 디우르나(Acta Diurna)와 오늘날 스마트폰을 통한 뉴스 서비스는 환경을 감시하고 해석 기능을 제공한다는 차원에서는 놀랄 만큼 똑같은 가치를 지니고 있습니다. 그 속도와 범위 및 형식에서는 커다란 차이가 존재함에도 불구하고 본질은 매우 유사합니다.

그렇다면 4차 산업혁명이 언론의 현재와 미래에 시사하는 점은 무엇일까요? 저널리즘의 본령은 지속적으로 유효할 것입니다. 그러나 온라인 미디어와 스마트 미디어의 발달, 그로 인한 뉴스 소비방식의 변화는 다른 한편으로 디지털 혁신을 언론에게 요구하고 있는 것이 사실입니다. 이처럼 4차 산업혁명은 언론의 디지털 혁신을 추동하는 배경이자, 새로운 도전을 헤쳐 나갈 도구를 제공해주는 양면적 모습을 보일 것입니다.

한국에서는 2000년 이후 포털을 통한 뉴스미디어 소비가 급증했고, 2010년 이후에는 모바일 플랫폼을 통한 뉴스 읽기가 보편화되었습니다. 해외 여러 국가들도 정도의 차이는 있겠지만, 유사한 변화와 마주했을 것이고, 이 과정에서 신문이나 방송과 같은 전통적 미디어 플랫폼은 대중 수용자의 관심을 잃거나 적절한 재원 모델을 발굴하지 못하는 등의 어려움에 빠져 들었습니다.

다.

이러한 현상을 타개하기 위해 최근 <뉴욕타임스>와 <워싱턴포스트>, 그리고 <BBC>가 보여주고 있는 혁신은 여러모로 주목할 가치가 있습니다. <뉴욕타임스>는 지난 2006년에 디지털 R&D랩을 운영하기 시작하면서 인공지능과 빅데이터 분석을 활용한 독자 분석에 나섰고, 개별 독자 선호도를 고려하는 개인화 서비스 모델을 개발했습니다. 이를 통해 전통적 지면 광고 시장의 위축 속에서도 디지털 광고 수익 증가와 디지털 유료 독자 증가로 재정 위기에 비교적 매끄럽게 대응할 수 있었습니다. 덕분에 2017년에는 디지털 구독자 수가 220만 명에 이르기도 했습니다.

<워싱턴포스트>는 2017년 5월 댓글에 있는 단어와 구문을 분석하는 인공지능 모드봇(ModBot)을 출시하여 댓글 필터링 수준을 크게 높인데 이어서, 같은 해 9월에는 댓글 독자들과 소통할 수 있는 시스템인 토크(Talk)를 발표했습니다. 또한 기사 작성 인공지능 플랫폼 헬리오그래프(Heliograf)를 활용하여 워싱턴 D.C. 지역의 모든 고교 풋볼 경기를 커버하는 등 지역 특화 뉴스 콘텐츠를 로봇 알고리즘으로 제작하기 시작했습니다. 이러한 로봇 저널리즘의 실험이 어떠한 결과를 가져올지는 아직 분명하지 않지만, 지역성이라는 가치와 함께 독자의 뉴스 욕구에 충실하려는 시도 자체는 바람직하다고 볼 수 있습니다.

전통적 공영방송의 대명사 격인 영국의 <BBC>도 저널리즘의 가치는 고수하면서 젊은 세대가 BBC 뉴스에 쉽게 접근할 수 있도록 다양한 디지털 플랫폼 특성에 맞는 뉴스 공급 전략을 마련하고 있습니다. BBC News Labs 운영을 통해서 디지털 디바이스 영역에서는 개인화 서비스에 주력할 것을 밝혔고, 인스타그램 전용 서비스를 통해 15초짜리 동영상 뉴스를 제작하여 서비스함으로써 미래 세대와 눈높이를 맞추기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

이들 언론사가 공통적으로 보여주고 있는 혁신의 모습은 빅데이터 분석과 알고리즘 미디어의 활용 폭을 넓히면서 개인화된 맞춤형 뉴스 서비스에 나서고 있다는 점입니다. 그 어느 때보다 수용자의 다양한 요구가 증가하고 있는 환경에서 다른 미디어와의 경쟁에서 앞서기 위해 채택한 전략으로 볼 수 있습니다. 이러한 혁신 전략은 다른 언론사들도 진지하게 충분히 고려해 볼 만합니다.

그러나 구글이나 페이스북과 같은 글로벌 미디어 플랫폼은 천문학적 양의 이용자 데이터를 매일같이 수집하여 분석하고 있습니다. 그들이 제공하는 개인 맞춤형 서비스보다 더 다양하고 뛰어난 서비스를 전통적인 언론사가 제공하는 것은 쉽지 않아 보입니다. 언론의 강점은 그들보다 더 진실하고, 공정하고, 가치 있는 심층적이고 전문적인 뉴스를 제공하는 것에서 우선적으로 찾아야 할 것입니다.

특히 온라인과 모바일 플랫폼에서 가짜뉴스가 넘쳐흐르는 현재와 같은 환경에서 양질의 저널리즘이 지니는 가치는 간과할 수 없습니다. 개인형 미디어 소비가 증가함에 따라서 이용자들이 특정한 기호와 이해관계를 공유하는 좁은 집단들로 분화되고 사사화(私事化)되어가고 있습니다. 서로 다른 집단들과 민족들과 세대들 사이의 반목과 갈등이 끊이지 않으며, 시시때때로 증폭되고 있습니다. 사회 공동체 전체의 공익을 증진하기 위해 환경을 감시하고 공론장을 형성하는 촉매의 역할은 여전히 언론, 비판적으로 사고하는 저널리스트에게 달려 있습니다.

한국언론진흥재단이 최근 4차 산업혁명 시대 뉴스에 관한 시민들의 인식을 조사한 결과는 흥미롭습니다. 만 20세 이상의 성인 1,041명을 대상으로 한 이용자 인식 조사 결과, 4차 산업혁명 시대에 언론의 가장 중요한 기능으로 꼽은 것은 첫 번째가 27.2%를 차지한 언론의 사회 감시 기능이었습니다. 그 다음으로 19.6%의 응답자가 여론 형성 기능을, 비슷한 수치인 19.5%가 공동체 유지 기능을 들었습니다. 반면에 오락 제공 기능은 3.6%로 낮은 응답률을 보였습니다.

국가에 따라서 다소 다른 조사 결과가 나올 수 있겠지만, 여전히 뉴스 이용자들은 저널리즘의 환경 감시와 해석 기능을 중요하게 간주하고 있는 것입니다. 또한 오락 기능보다 사회 공동체 유지 기능을 훨씬 중요한 언론의 역할로 인식하고 있다는

것은 개인 맞춤형 미디어 소비의 증가에도 불구하고 저널리즘의 본령이 어디에 놓여 있는가를 명확하게 보여주고 있습니다.

이 조사에서 시민들은 저널리스트가 갖추어야 할 가장 중요한 능력으로 윤리성(17.8%), 분석 능력(17.0%), 취재 분야의 전문지식(16.9%), 그리고 비판적 식견(14.1%)을 우선적으로 꼽았습니다. 이 역시 시사하는 바가 적지 않습니다.

4차 산업혁명으로 로봇 저널리즘은 인간 저널리스트보다 빠르게 사실(fact)을 수집하여 배열해낼 수 있습니다. 인공지능의 도움으로 맞춤형 스트레이트 뉴스를 보다 손쉽게 작성해낼 수 있습니다. 뉴스 댓글을 관리하고 이용자의 소비 패턴을 체계적으로 분석할 수도 있습니다. 그러나 로봇 저널리즘은 윤리적 판단을 내리기가 어려우며, 비판적으로 사고할 능력도 없습니다. 따라서 여러분은 저널리스트라는 직업의 종말을 걱정하는데 시간을 낭비하기보다는 도덕적 역량과 비판적 분석 능력을 갖춘 언론인이 되기 위해 노력을 경주하는 편이 훨씬 현명할 것입니다.

앞으로의 미디어 환경에서는 온갖 정보의 범람 속에서 깊은 진실을 밝혀낼 수 있는 비판적 사고와 심층 보도 능력이 더욱 더 중요한 저널리즘의 덕목이자 경쟁력이 될 것입니다. 인공지능 덩블루에 패배했던 체스 그랜드마스터 카스파로프는 우리의 과제가 미래에 관한 유토피아와 디스토피아 중 하나를 선택하는 것이 아니라고 말했습니다. 우리는 앞으로 더 많은 과제를 기계

에게 맡길 것이나, 기계는 명령에 따라 움직이는 반면, 우리 인간은 목표를 향해 움직인다고 강조했습니다.

4차 산업혁명의 시대가 언론에게 진정으로 던지고 있는 질문은 기술적 변화에 순응하고 있는가, 또는 디지털 혁신에 나서고 있는가의 여부가 아닐 것입니다. 진정한 질문은 미디어 환경 변화 속에서 저널리즘은 스스로에게 주어진 역할과 가치를 성찰하고 있는가, 그 역할과 가치를 실현하고 발전시키기 위해서 무엇을 하고 있는가라고 말할 수 있습니다. 우리의 목표는 진실한 언론입니다. 공정하고 깊이 있는 언론입니다. 민주적인 공론장 형성에 기여하는 언론입니다. 언제나 그렇듯이 달성하기 쉽지 않은 목표입니다만, 저널리스트 여러분은 오직 그것을 위해 노력해왔고, 앞으로도 그리 할 것이라 믿어 의심치 않습니다. 저널리스트 여러분의 건투를 바랍니다. 고맙습니다. □