

KDF

민주주의 리포트

Issue & Review on Democracy

2022년 9월

제76호

미디어 포퓰리즘의 불편한 진실

이 동 연

한국예술종합학교

발행일 2022년 9월 20일
발행처 민주화운동기념사업회
한국민주주의연구소
문의처 edit@kdemo.or.kr

 민주화운동기념사업회
Korea Democracy Foundation

한국민주주의연구소
Institute for Korean Democracy

미디어 포퓰리즘의 불편한 진실¹⁾

이 동 연

한국예술종합학교 전통예술원 한국예술학과 교수. 문화이론, 예술정책, 공연기획을 가르치고 있으며 계간 <문화/과학> 편집인, 한국예술연구소, 문화사회연구소 소장을 역임했고, 현재 경기아트센터 이사, 유네스코 한국위원회 위원으로 활동하고 있다.

포퓰리즘의 일반적인 정의는 “엘리트 비판과 민중의 호소”라 할 수 있다. 그러나 최근에 포퓰리즘은 대중의 정서에 호소하는 대중영합주의의 의미가 더 강하게 나타난다. 대중영합주의로서 포퓰리즘은 특히 선거 국면에 강하게 나타나며 혐오와 거짓 뉴스들이 확대재생산 되는 과정에서 계급 이념보다는 감정과 정서가 중심이 되는 정동의 성격이 두드러지게 나타난다.

혐오와 적대의 포퓰리즘은 특히 SNS, 유튜브와 같은 뉴미디어에 의해 증폭된다. 이 글은 뉴미디어를 포퓰리즘의 새로운 플랫폼으로 정의하고, 뉴미디어의 알고리즘이 포퓰리즘을 재생산하는 핵심 장치임을 주목하고자 한다. 아울러 뉴미디어 포퓰리즘에 대한 대중의 욕망의 문제점을 지적하면서, 뉴미디어의 알고리즘 논리에 대항하는 제도적 장치마련과 대중들의 윤리적 성찰을 강조하고자 한다.

1 정동으로서 포퓰리즘

인민주의로서 포퓰리즘의 일반적인 정의는 “엘리트 비판과 민중의 호소”라 할 수 있다. 그것은 “지배집단 혹은 엘리트 계층에 대립하는 보통사람(인민)에게 최고의 가치를 부여하는 인민 혹은 대중 중심의 사회운동”²⁾으로 정의할 수 있다. 그러나 최근 포퓰리즘은 그러한 의미보다는 대중의 정서에 호소하는 대중영합주의의 의미가 더 강하게 나타난다. 대중영합주의로서 포퓰리즘은 인민을 위한, 인민에 의한 대중운동의 이데올로기가 아니라 인민의 정서를 이용하여 권력을 행사하거나, 경제적 이익을 얻으려는 자들의 대중 선전 선동 이데올로기의 성격이 강하게 나타난다.

1) 이 글은 필자의 글, 「뉴미디어와 포퓰리즘은 어떻게 공존하는가」(『황해문화』, 113호, 2021년 겨울호)를 수정 보완한 것임을 밝힌다.

2) 정병기, 『포퓰리즘』, 커뮤니케이션북스, 2021. 3쪽

지난 20대 대선국면은 이러한 대중영합주의로서 포퓰리즘을 가장 극명하게 보여주었다. 대선과정에서 있었던 후보들 간의 네거티브 공방들은 상대방에 대한 극단적인 혐오를 유발시켰는데, 이러한 혐오게임에 동원된 것이 바로 대중영합주의로서의 포퓰리즘이다. 상식, 윤리, 예의, 동지의식이 사라진 속칭 ‘아수라’ 판 대선국면의 정치 혐오게임은 “엘리트 비판과 민중의 호소”라는 포퓰리즘의 전통적인 정의로는 이해할 수 없는 새로운 유형의 포퓰리즘을 보여준다.

대선 국면은 정치적 국면이지만, 정치적 발언을 매개로 사회적 의제들과 그 의제들을 둘러싼 개인과 집단 간 적대들의 모순들이 극적으로 표출된다. 선거 승리를 위한 후보자-지지자의 발언 안에 숨겨진 정치적 무의식은 대개 강한 언어적 수사를 행사한다. 포퓰리즘에 호소하는 정치적 언어 안에는 혐오와 분노, 타자에 대한 몰이해와 문화적 아비투스들이 고스란히 드러난다. 적대적 혐오와 감정이 일상화된 상황에서 엘리트이건, 민중이건, 모두 포퓰리즘을 생산하고 소비한다. 혐오를 생산하는 포퓰리즘은 전통적인 이데올로기가 아닌 정동에 기초한다. “더 자극적인 것을 갈망하고 더 극적인 것들에 우리의 사고를 대여하는³⁾ 의사소통 방식은 하나의 신념체계로서 이데올로기를 표출하기보다는 분노와 혐오의 정서에 호소한다는 점에서 개인과 집단이 생산하는 정동의 포퓰리즘으로 바라보는 것이 더 적절해 보인다.

포퓰리즘은 애초부터 그 안에 개인의 정서와 감정의 상태를 지시하는 정동을 내재화하고 있다. 특히 정치적 국면에서 정동은 세력권이라는 명분으로 강한 정서적 반감과 혐오를 증폭시키는 포퓰리즘의 ‘체화된 트리거’라 할 수 있다. 이데올로기의 입장은 약하지만, 감정의 상태는 강한 이른바 정동의 포퓰리즘의 시대가 온 것이다. 그러한 정동의 포퓰리즘은 새로운 미디어를 통해 증폭된다.

2 왜 뉴미디어는 포퓰리즘 성향이 강한가?

최근 포퓰리즘이 이데올로기가 아닌 정동을 생산하는 것은 트윗, 페이스북, 유튜브와 같은 뉴미디어가 포퓰리즘의 중요한 매개체가 되었기 때문이다. 특히 정치적 국면에서 포퓰리즘은 미디어를 통해 확산된다. 포퓰리즘은 “지도자와 정당이 대중을 동원하기 위해 활용하는 통속적인 정치스타일”⁴⁾이며, 이러한 정치스타일은 미디어를 적극적으로 활용하면서 유권자 대중에 호소한다. 포퓰리즘은 “미디어의 관심과 대중의 지지를 극대화하기 위한 아마추어적이고 비전문적인 행위”(13)인 것이다. 뉴미디어 테크놀로지를 통해 전파되는 포퓰리즘은 오히려

3) 이성규, 「사고를 움직이는 ‘정동’과 유튜브 포퓰리즘」, 『주간경향』, 2019년 10월 8일자 참고.

4) 카스 무데 외, 『포퓰리즘』, 이재만 역, 교유서가, 2019., 13쪽. 이하 인용은 본문에서 쪽수로 표시.

개인들의 자발적인 행동에 의해 구체화되며, 일부는 극히 전문적인 1인 미디어 제작 노하우를 갖고 있다.

포퓰리즘은 정동을 통해, 정동은 뉴미디어를 통해 증폭된다. 그런 점에서 동시대 포퓰리즘은 개인의 적대적 감정과 뉴미디어의 무작위적 매개라는 이중의 증폭 기제를 통해 확산된다. 정치적 국면은 개인의 감정을 증폭하게 만들고, 그 감정을 다시 뉴미디어가 증폭하게 만든다. 이 이중의 증폭 효과는 결과적으로 선거에 영향을 미칠 수 있는 정치적 효과를 생산하기 때문에 개인이 왜 이토록 뉴미디어에 집착하는지를 알게 해 준다.

2010년 이후 미국 대선에서 SNS와 같은 뉴미디어 포퓰리즘은 보수, 진보 진영 모두 중요한 선거 전략이었고, 실제로 적지 않은 효과를 생산했다. 정치평론가들은 도널드 트럼프가 제45대 미 대선에서 민주당의 힐러리 클린턴을 근소한 차로 누르고 대통령에 당선된 데에는 소셜미디어가 결정적인 역할을 했다고 말했다. 트럼프는 매우 효과적인 디지털 기량을 발휘했다. 그는 트위터에서 선동적인 스타일로 지지자들을 결집시켰는데, 그가 쓴 언어는 “슬프다”, “매우 슬프다”, “나쁘다”, “솔직해지자”, “내가 고칠 것이다”와 같이 개인의 감정을 자극하는 아주 간단한 멘트였다. 또한 그는 소셜미디어를 가짜뉴스의 전도체로 사용함으로써, 힐러리 클린턴 후보를 향한 네거티브 선거를 극대화하는 전략을 꾀했다. 이러한 현상들은 “큰 틀에서 볼 때 하나의 트렌드이며, 선거를 앞두고 소셜미디어와 포퓰리즘 사이의 친연성”⁵⁾을 보여준 것이다.

뉴미디어와 포퓰리즘은 이제 불가분의 관계가 되었다. 페이스북에서 포퓰리즘의 정서적 스타일이 메시지의 ‘좋아요’에 긍정적으로 영향을 미친다는 사실⁶⁾이나 소셜미디어의 대량 문자 살포가 갖는 정치적 효과들은 포퓰리즘과 뉴미디어 사이의 긴밀한 상호작용이 있음을 알려주는 증표이다. 이 상호작용은 질적인 것보다는 양적인 파급효과를 생산한다. 뉴미디어 포퓰리즘 담론은 정치적 매개과정과 긴밀하게 연관되어 있고, 대량의 메시지를 성공적으로 유포하는 것을 목표로 한다.⁷⁾ 소셜미디어와 포퓰리즘적 동원의 동학들이 서로 상호 생산하는 과정에 이 관계가 부수적인 수준이 아니라 긴밀하게 연결되어 있는 것이다. 소셜미디어를 생산하고 소비하는 주체들의 자발적이고 즉흥적인 행동유도가 포퓰리즘 담론의 융성에 기여한다.⁸⁾

5) Gerbaudo, P. “Social Media and Populism: An elective affinity?”, *Media Culture & Society*, 40(5), 2018, 745쪽.

6) Social Media Populism: Features and ‘Likeability’ of Lega Nord Communication on Facebook Giuliano Bobba1, European Consortium for Political Research 2017

가설1. 포퓰리즘적인 요소들이 많으면 ‘좋아요’ 수가 증가한다. 가설2. 감정이 동반된 메시지들에 ‘좋아요’ 수가 많다. 가설3. 정치적 리더가 포스팅한 메시지들에 ‘좋아요’ 수가 많다.

7) Giorgos Venizelos, “Populism and the digital media: A necessarily symbiotic relationship? Insights from the case of Syriza”, *Politics and Populism across Modes and Media, Linguistic Insights, Volume 265*, Ruth Breeze, Peter Lang, 2019, 48쪽.

8) Leticia Cesarino, “How Social Media Affords Populist Politics?: Remarks On Liminality Based On the Brazilian Case”. (<https://www.scielo.br/j/tla/a/Jbzm34pcQh78Wq4TpLdrQfP/?lang=en>)에서 인용

포퓰리즘은 저널리스트와 정치인 학자 사이의 의사소통적 관계 안에서 구성되는 것만이 아니다. 그것은 직접 드러나지는 않지만 시민들과 활동가 디지털 전산 기관 사이의 관계에서 구성된다. 뉴미디어의 콘텐츠 생산과 소비의 메커니즘 안에는 고도로 전산화된 디지털 알고리즘이 작동한다. 디지털 미디어는 단지 포퓰리스트가 사용하는 뉴미디어만이 아니라 그들이 포퓰리즘을 재형태화하려는 알고리즘 테크놀로지이다. 디지털 미디어를 새로운 형태의 포퓰리즘 테크놀로지로 볼 수 있다면, 이것을 알고리즘적 포퓰리즘으로도 명명할 수 있을 것이다. 인간과 비인간 사이의 의사소통적 관계로서 포퓰리즘을 이해하고 강조하는 것은 뉴미디어 포퓰리즘의 기술적 속성을 좀 더 정확하게 이해하게 해준다.⁹⁾

결론적으로 동시대 포퓰리즘의 생산과 재생산에 트위터와 유튜브와 같은 뉴미디어가 결정적인 역할을 한다고 볼 수 있다. 이는 비단 정치적 국면에만 해당되는 것이 아닌 혐오와 분노와 같은 정동의 감정이 일반화되고 있는 일상의 국면 모두에 해당된다. 뉴미디어에서 생산하는 포퓰리즘은 “민중에 대한 호소와 엘리트에 대한 비난”이란 정의가 무의미할 정도로 전통적인 적대적인 이분법이 해체되었다. 포퓰리즘이란 “사회가 궁극적으로 서로 적대하는 동질적인 두 진영으로, 즉 ‘순수한 민중’과 ‘부패한 엘리트’로 나뉜다고 여기고 정치란 민중의 일반의지의 표현이어야 한다고 주장하는, 중심이 얇은 이데올로기다”¹⁰⁾라는 정의도 혐오와 분노가 폭증하는 정동의 포퓰리즘 국면에서는 그다지 설득력이 없다. 오히려 포퓰리즘은 “더 폭넓은 공중에게 호소하는 정치 프로젝트를 촉진하는 데 아주 중요한 요소”(16)이지만, 일관된 이데올로기 전통이라기보다는 “현실세계에서 서로 확연히 다르고 때로 상반되는 이데올로기들과 결합”(17)으로 볼 수 있다. 따라서 인민의 목소리로서 포퓰리즘과 부패한 엘리트 계급에 대한 공격이라는 정의는 뉴미디어가 지배적인 상황에서는 재해석이 필요하다.

3 뉴미디어 포퓰리즘의 세 가지 성격들

1) 포퓰리즘의 새로운 플랫폼

뉴미디어는 포퓰리즘 증폭의 가장 최적화된 플랫폼이자 테크놀로지이다. 뉴미디어는 포퓰리즘의 증강 형, 상호작용 형 테크놀로지이다. 뉴미디어의 디지털 운영체제와 양가적인 활용 양식은 포퓰리즘적 물질성을 갖는다. 개인의 일상적 정보소비의 장인 뉴미디어는 포퓰리즘이 증폭, 과잉, 왜곡되기 쉬운 플랫폼이다. 트위터, 페이스북, 인스타그램과 같은 소셜미디어는 일종의

9) Ico Maly, “Populism as a mediatized communicative relation: The birth of algorithmic populism” Tilburg Papers in Cultural Studies: Paper 213, Tilburg University, 2018.

10) George Julian Hendrix, “The Roles of Social Media in 21st Century Populisms: US Presidential Campaigns”, Teknokultura 16(1), 2019, 15-16쪽. 이하 인용은 본문에서 쪽수로 표시.

개인미디어이자, 자기 입장과 취향을 공유하는 미디어 공동체이다. 그러나 소셜미디어 공동체는 각자 친구 맺기의 과정에 따라, 1차적으로는 선별적이고 배타적인 공론의 장을 형성할 수 있다. 그러나 그 메시지가 재생산되는 2차적 과정에서는 기술적으로 통제하기 어려운 무작위적 확장성을 가진다. 뉴스 피드의 리트윗과 공유과정을 통해 특정한 개인의 메시지는 그 자체의 기술적 공정을 통해 하나의 데이터 인공생명체처럼 유목한다. 특히 적대적인 감정과 타자에 대한 혐오, 인신공격, 정치적 적대관계를 형성하는 메시지들은 긴급한 유동성을 가지고 언제 어떻게 누구에게 전달될지 모른다.

이와 상반되게 유튜브의 미디어 물질성은 철저히 데이터 알고리즘이 지배하는 성격을 갖는다. 유튜브의 콘텐츠 생산은 유튜브 유통의 알고리즘에 의해 통제된다. 가령 어떤 개인 유튜브버가 특정한 콘텐츠들을 지속적으로 생산할 때, 그 콘텐츠의 재생산은 무작위적인 방식이 아닌 유튜브의 데이터 알고리즘에 의해 관리된다. 최종심급에서 유튜브 콘텐츠의 지속가능성은 유저의 콘텐츠 창의력이 결정하기보다는 유튜브의 기술적 알고리즘이 결정한다. 이 기술적 알고리즘이 음악, 영화, 여행, 독서 등 특정한 문화적 취향을 드러내는 유저들에게는 매우 유용한 프로그램이다. 그러나 그러한 알고리즘이 혐오와 차별, 극단적 적대감정을 드러내는 포퓰리즘성향이 강한 콘텐츠에 적용되었을 때, 뉴미디어는 혐오와 적대적 감정의 알고리즘을 재생산하는 포퓰리즘의 생산 주체가 된다.

더욱 중요한 것은 이러한 뉴미디어의 디지털 알고리즘이란 기술적 공정이 사회적 관계 안에서 특정한 물질성을 가질 때, 그것이 완전히 투명하고 공명정대하지는 않을 것이라는 점이다. 심지어는 이 기술적 알고리즘이 뉴미디어의 포퓰리즘의 위험성을 방어하는 알리바이로 작용할 수 있다는 점이다. 프랜시스 하우건 전 페이스북 수석 프로젝트 매니저는 미국 의회 증언에서 페이스북은 “아이들에게 직접 해를 끼치고, 사회 분열을 조장하며 민주주의를 위협하는 플랫폼”이라고 비판했다. 페이스북 알고리즘은 정보의 편향성을 개선하거나 메시지의 왜곡된 사실을 거르지 않은 채, “개인 성향에 맞춤형 정보만 반복해서 보여주고, 자기 생각에 동의하는 사람들만 주변에 모아 줌으로써 특정 신념과 편견을 학습하도록 설계”되어 있다.¹¹⁾

일례로 『월스트리트저널』은 2019년의 내부 문서를 인용해서 페이스북에서 혐오 발언이 게시될 때, 알고리즘을 통해 삭제되는 경우는 불과 2%에 불과했다고 보도했으며, 2021년 3월 기준으로 페이스북의 인공지능시스템은 혐오 발언에 해당되는 메시지 중 3~5%만 삭제한 수준에 불과하다.¹²⁾ 페이스북만 아니라 트위터나 유튜브에서 가짜뉴스와 인권침해의 소지가 강한 혐오발언이 난무할 때, 기술적 알고리즘이 제어하기는커녕 확산에 기여하고, 그 사회적 책임을 인간의 의도가 배제된 기술의 알고리즘으로 전가한다는 것이다. 알고리즘에 의해 포퓰리즘이 증폭되는 뉴미디어가 위험한 것은 바로 이 지점이다.

11) 「분열 조장하는 소셜미디어, 민주주의 위협할 수도」, 『중앙일보』, 2021년 10월18일자 기사.

12) 「페이스북 ‘혐오 발언 못 막는다’ 폭로에…’사실 아니다」, 『블로터』, 2021년 10월 18일자 기사 참고.

2) 포퓰리즘 콘텐츠의 재생산 기제

뉴미디어와 포퓰리즘과의 관계를 이야기할 때 가장 중요한 점은 콘텐츠의 파급효과이다. 콘텐츠의 자유로운 유포가 가능한 뉴미디어는 강력한 파급효과를 가진다. 앞서 언급했듯이 포퓰리즘 성향이 강한 콘텐츠들은 자극적인 공격성향이 강하고 특정한 대상에 대한 적대적 감정을 갖고 있다. 그 콘텐츠를 유포하는 뉴미디어 자체가 포퓰리즘적인 알고리즘을 가지고 있기 때문에 대중에게 전달되는 메시지의 파급효과는 막대하다. 뉴미디어 포퓰리즘은 기술 장치와 표현 내용의 이중 효과를 가진다는 점에서 “포퓰리즘의 포퓰리즘”이다.

뉴미디어에서 유포되는 포퓰리즘의 전형적인 콘텐츠는 주로 세 가지 유형으로 재생산된다. 첫째, 특정한 젠더, 인종, 종교, 국적, 세대를 향해 혐오 감정을 드러내는 경우이다. 소셜미디어에서 혐오발언과 표현은 혐오 대상을 직접적으로 공격하는 방식에서 혐오대상을 연상케 하는 신조어, 이미지, 이모티콘을 사용하는 은유적인 방식에 이르기까지 다양하다. 장년과 기성세대의 권위적 습성을 비판하는 ‘꼰대’, 성차의 적대적 감정을 드러내는 ‘한남’, ‘된장녀’, 여성주의를 비하하는 ‘꿀페미’, 특정 지역을 혐오하는 ‘홍어’, 성소수자를 혐오하는 ‘트젠’ 등의 언어들 은 뉴미디어 안에서 공격과 응수라는 적대적 전선을 형성하고 있다.

둘째, 거짓을 유포하는 가짜뉴스이다. 가짜뉴스는 의도된 거짓 정보이다. 그것은 사실을 잘못 파악해서 실수를 한 게 아니라 특정한 의도를 가지고 애초부터 거짓을 사실인 것처럼 포장해서 유포하는 행위이다. 가짜뉴스는 특히 뉴미디어 포퓰리즘의 주요 콘텐츠이다. 가짜뉴스는 연예인 사생활 거짓 폭로, 정치인들의 발언과 신상 왜곡, 복지, 보건, 외교, 안보 등 민감한 특정한 정부 정책을 비난할 목적으로 사용된다. 중국 우한발 코로나 괴담설, 코로나 확진 및 백신 부작용 증상 관련 거짓 정보 유포, 대선국면에서의 특정 정치인들의 사생활 폭로 등 트윗과 유튜브에서 제작, 유포되는 가짜뉴스 콘텐츠들은 불특정한 유저들에게 무차별적으로 재생산되는 과정을 통해서 적대적인 감정을 증폭시킨다.

마지막으로 정당, 정치인, 지지자들 사이에서 벌어지는 정책 포퓰리즘이다. 정책 포퓰리즘은 오랜 역사를 가지고 있다. 포퓰리즘은 “재정 형편을 고려하지 않은 채 보다 많은 표를 얻기 위한 선심성 공약이나 정책을 지칭하는 명칭”이어서 “‘포퓰리즘’이라는 언론의 신조어는 이를 집약적으로 표현”¹³⁾해 줄 정도이다. 특히 특정 정치인이 선거에서 승리하기 위해 대중에 영합하거나 대중을 선동하는 수단으로 유권자들에게 선심성 공약을 남발하는 사례들은 중요한 선거 때마다 있어왔다. 일례로 무상급식 논쟁, 노인기초연금, 코로나 재난지원금, 기본소득 등과 같은 복지정책에서 새만금 조성, 가덕도 신공항, 경인전철 지화화와 같은 선심성 지역공약 등은 사업의 타당성과 재원조성의 적절성을 따지기에 앞서 지역유권자들의 표심을 잡기 위한 일종의 “프레임 공약”이라 할 수 있다.

13) 진태원, 『포퓰리즘, 민주주의』 역사비평, 2013, 182-217쪽.

3) 포퓰리즘을 소비하는 대중들

페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브 등 1인 미디어로서 소셜미디어는 기본적으로 나르시시즘의 성향을 갖는다. 개인들은 미디어를 통해 끊임없이 자신의 존재를 과시하고 증명하려 한다. 자신의 일상에 있던 일들을 소셜미디어에 올리고, 자신이 잘 알고 있는 콘텐츠들을 정보 우위의 관점에서 소통하고, 이후 상대방의 반응 기다린다. 뉴미디어의 콘텐츠들은 필요에 의한 정보제공의 의미도 있지만, 다른 사람에게 자신의 존재를 알리고 싶어 하는 욕망의 산물이기도 하다.

이 과정에서 대중들은 뉴미디어 포퓰리즘의 주인공이 되고 싶어 한다. 대중들은 누군가가 특정한 의도와 목표와 전략을 가지고 생산하고 유포하는 포퓰리즘의 콘텐츠를 소비하기도 하지만, 스스로 다양한 이해관계를 행사하며 포퓰리즘 콘텐츠의 생산 주체가 되기도 한다. 특정한 개인이 만들어내는 포퓰리즘에는 엘리트 계급에 대한 적대적 감정을 표현하기 위한 극단적 언어와 이미지가 담겨있기도 하고, 서로 개인들 간 다른 취향과 입장의 충돌에 따른 감정의 대립이 담겨 있기도 하다.

한 가지 주목할 점은 뉴미디어 안에서 포퓰리즘 콘텐츠를 생산하는 개인들의 자발적 행동들이 정치적 신념이나 정치적 진영의 전사로 포장되어 상업적인 이익을 노리는 집단들이 많이 늘어났다는 점이다. 특히 뉴미디어에서 포퓰리즘은 잠재적인 자산의 형태를 띠 수 있다. 최근 태극기 부대와 같은 극우 보수 유저들을 주 시청자로 두고 있는 극우 유튜버의 포퓰리즘 정보 전쟁은 정치적 우익의 선전선동의 장으로 자신의 유튜브 콘텐츠를 설정하고 실제로는 경제적 이해관계를 작동시킨다. 이들에게 포퓰리즘은 자신의 정치이데올로기를 주장하는 방법이나 수단이라기보다는 적대적인 혐오감정을 증폭해서 하나의 상품형식으로 팔기 위한 홍보 전략에 가깝다. 극우 유튜버들은 타자에 대한 혐오발언과 감정적인 적개심을 노골적으로 드러내 상업적 흥행을 노리고 있다. 우리는 포퓰리즘이 상품형식으로 등장하는 이 시대에 살고 있는 것이다.

4 뉴미디어 포퓰리즘으로부터 벗어나기

SNS 뉴미디어는 정보와 권력을 민주화하는 데 크게 기여한 것은 사실이다. 이 말은 뉴미디어가 대중주의로서 포퓰리즘의 민주화에 기여 한 바가 적지 않다는 것을 의미한다. 그러나 뉴미디어를 통해 타자를 향한 혐오정서가 증폭하고, 정치적 승리를 위해 가짜뉴스가 난무하는 상황이 지속된다면, 뉴미디어는 대중의 미시권력을 확대하는 긍정적인 포퓰리즘의 목소리를 차단하고, 오로지 정치적 권력과 경제적 이익을 위한 부정적인 포퓰리즘만을 재생산할 것이다.

이러한 부정적인 포퓰리즘을 없애기 위해 뉴미디어 자체를 거부할 수는 없다. 중요한 것은 뉴미디어를 적절하게 사용하면서도 동시에 뉴미디어가 생산하는 거짓된, 부정적인 포퓰리즘을 걸러낼 수 있는 인지적, 윤리적 성찰이 필요하다. 말하자면 뉴미디어를 소비하는 유저들의 비판적이고 합리적인 자기 인식에 대한 자각이 필요한 것이다.

뉴미디어를 소비하는 개인들의 자기 성찰뿐 아니라 혐오와 갈등을 조장하여 포퓰리즘으로 이익을 얻으려는 뉴미디어 생산자들에 대한 적절한 제제도 필요하다. 이는 누군가 피해를 입었을 때 형사고소에 의한 단순한 법적 처벌의 강화를 통해 해결되는 것도 있지만, 이들의 콘텐츠 생산과정에서 발생하는 문제들을 사전에 제제하는 방식 역시 강구되어야 한다. 물론 뉴미디어 콘텐츠 생산자들의 표현의 자유를 존중하는 것이 필요하지만, 콘텐츠 생산이 알고리즘에 의해 무한 확장되는 기술적 과정에 대한 여과장치가 필요하지 않을까 싶다. 특히 혐오와 폭력, 가짜뉴스에 해당될 수 있는 콘텐츠들이 사전에 온라인상에서 유포가 제한될 수 있는 기술적 알고리즘이 오히려 더 필요한 시점이 아닌가 싶다. 표현의 자유를 보장하면서 타인의 인권을 침해하는 발언과 거짓 뉴스들을 걸러낼 수 있는 뉴미디어 알고리즘에 대한 새로운 장치가 마련되어야 할 것이다.

미디어 포퓰리즘의 불편한 진실

발행일 2022년 9월 20일

발행처 민주화운동기념사업회 (KDF, Korea Democracy Foundation)
한국민주주의연구소 (IKD, Institute for Korean Democracy)
edit@kdemo.or.kr
경기도 의왕시 내손순환로 132

이 리포트의 내용은 연구자의 견해로서 연구소의 공식 견해와 다를 수 있습니다.

