



# 반론보도닷컴 1년의 발자취

## 유사언론행위 개선을 위한 비판 견제 기능 강화

2013년 10월 사이트를 오픈해 작년 3월 정식 인터넷신문으로 등록한 반론보도닷컴(www.banronbodo.com)이 1주년을 맞았다. 지난 1년간 반론보도닷컴은 유사언론행위가 의심되는 인터넷언론에 대한 모니터링과 비정상적인 행태를 보이는 언론사에 대한 비판, 견제 기능을 강화해왔다. 지난 1년간 반론보도닷컴이 걸어온 길을 되짚어본다.

2014년 3월 인터넷신문으로 등록한 반론보도닷컴은 우리 경제 및 기업과 관련한 오보·왜곡기사에 대한 반론, 유사언론행위가 빈번한 인터넷신문의 공개 및 비판, 경제 및 광고시장 활성화를 위한 제언, 기업의 사회공헌활동(CSR) 확산을 편집의 기본 방향으로 설정하고, 웹사이트(www.banronbodo.com)와 모바일(m.banronbodo.com) 사이트를 운영하고 있다. 한편으로는 콘텐츠 확산을 위해 카페(cafe.naver.com/banronbodo)와 블로그(blog.naver.com/banronbodo), 그리고 페이스북(facebook.com/banronbodo) 등의 SNS를 활용하고 있다.

작년 한 해 동안 총 395건의 기사를 보도했고, 이중 기업의 반론 및 유사언론행위를 공개, 비판한 기사는 98건이

었다. 이들 기사의 대부분은 반론보도닷컴이 국내 200대 기업을 대상으로 유사언론행위 언론사에 대한 정기적인 설문조사를 실시한 결과, 문제가 있다고 복수응답한 65개 인터넷언론의 기업보도행태를 지속적으로 모니터링해 얻은 결과였다.

### 유사언론행위 공개에는 만족과 기대감 상승 지나친 기업 편들기 우려도

그 중 몇 가지를 언급하자면 <한겨레>는 작년 2월부터 3월까지 기업관련 부정기사 12건 중 7건을 특정 기업에 대해 일부 사실과 다르게 보도해 문제가 되었다. 반론보도닷컴은 총 4건의 관련 기사를 보도해 표적기사에 대한 경종을



올렸다.

한편 <스포츠조선>은 지면의 경제섹션 플러스비즈와 온라인사이트 소비자인사이트를 개설해 지속적으로 기업 관련 부정 기사를 쏟아냈다. 이에 반론보도닷컴은 낚시성 제목의 남발, 과거 기사를 짜집기해 재탕 삼탕 보도하는 행태, 기사를 매개로 광고를 요구한 사례 등을 집중 보도해 반향을 일으켰다.

인터넷신문 <시사위크>는 다수의 기업으로부터 악성 기사 유포 및 광고 요구 사례에 대한 제보를 접수한 경우였다. 반론보도닷컴은 '시사위크의 기업 기사, 문제 있다'라는 제목으로 기사를 보도했고, 발행인과 경제팀장을 직접 만나 기업관련 기사 보도에 신중을 기해줄 것을 당부했다.

<일요시사>는 '재계 뒷담화', '금기어로 본 재벌가 비사' 등의 코너를 만들어 기업 관련 악성 루머를 기사화해 물의를 빚었다. 이에 반론보도닷컴은 일요시사의 이 같은 행태를 비판하는 시리즈 기사를 통해 문제점을 집중 보도하고 해당 기업의 언론중재위원회 제소 및 법적 소송 등에 조연

을 아끼지 않았다.

이 밖에도 <푸드투데이>, <스페셜경제>, <여성소비자신문> 등의 기업 보도 행태를 분석하고 문제점을 공론화했다.

반론보도닷컴의 이 같은 활동에 대한 대외적 평가는 대체로 긍정적이다. 해당 인터넷언론의 유사언론행위 공개 및 비판에는 만족감과 기대감을 갖고 있는 반면 일부에서는 지나친 기업 편들기라는 우려의 시선도 있었다. **KA A**

이수지 susie@kaa.or.kr