



Daum

기업과 공존 위한 소통에 노력

지난 6월 14일 롯데호텔에서는 '다음커뮤니케이션 초청 한국광고주협회 회원간담회'가 있었다.

정병철 한국광고주협회 회장은 개회인사를 통해 “다음은 가깝고도 먼 매체”라며 “최근 인터넷사이버언론이 판치는 가운데 다음이 건강한 엘리트문화를 선도하는 책임 있는 자세를 가져주기 바란다”고 전했다. 아울러 대화와 소통 채널의 중요성을 강조했다.

최세훈 다음커뮤니케이션 대표이사는 소통의 중요성에 공감한다며 “기업과 공존할 수 있는 서비스 플랫폼을 만들기 위해 노력할 것”이라고 전했다.

1주제 ‘포털 기업관련 이슈’에 대해 발표한 정광열 삼성전자 상무는 “인터넷사이비언론이 포털을 믿고 파워를 키우고 있는 현실”이라며 사이비언론으로 인한 기업의 피해 현실에 대해 설명했다.

2주제 ‘미디어다음 the change & the next’란 주제로 발표를 한 김영채 다음미디어유닛 본부장은 미디어 다음의 운영 실태와 개선방안에 대해 설명했는데, 주요 내용은 아래와 같다.

다음 표에 계약언론사는 100개로, 다음의 에디터들이 편집을 거쳐 게재하며 일평균 400개 정도의 기사가 업로드된다. 뉴스검색 제휴업체는 약 600개로, 정기간행물 등록이 돼있고, 1년 이상 유지하고 있는 언론사를 대상으로 한다. 미디어다음에서는 에디터 편집을 통해 문제성이 있는 악의적 기사는 걸러내는데, 문제는 통합검색을 통해 이루어지는 뉴스컬렉션이다. 6개월마다 제휴언론사에 대한 평가를 하고 보완 노력을 함에도 한계가 존재한다.

에디터 필터링에도 한계는 있다. 인위적 편집이나 삭제가 불가하다. 언론사에서 삭제명령을 내려줘야만 가능하다. 신문법 제약으로 기사 제목도 맘대로 바꾸지 못한다. 기사제목이 너무 길면 줄이고 부제를 다는 정도만 편집이 가능하다.

사이비언론으로 인해 문제발생시 다음고객센터나 권리침해센터, 또는 직접 미디어다음 본부장에게 연락
하기 바란다. 언론사와 재계약시 이를 반영할 것이며, 적극적인 신고와 커뮤니케이션으로 함께 대안을 마련
할 수 있기를 바란다. **K A A**

