

기획연재

유사언론행위
이대로는
안 된다

» 글 객석 광고주협회 대외협력실장 kaapr@kaa.or.kr

퇴행하는 네이버의 언론제휴 정책, 우려스럽다



세상에는 두 개의 언론이 있다. 하나는 네이버에 검색이 되는 언론과 또 다른 하나는 그렇지 못한 언론이다. 네이버의 영향력은 그만큼 절대적이다.

인터넷을 기반으로 한 수많은 매체가 우후죽순처럼 늘어나면서 네이버는 슈퍼갑의 역할을 톡톡히 하고 있다. 당분간 그 영향력은 쉽게 변하지 않을 것이다.

2000년 15개 일간지 및 통신사로 뉴스 서비스를 시작했지만, 2014년 1월 24일 현재 네이버에 등록된 언론사 수는 496개사, 뉴스스탠드 제휴 126개사, 검색 제휴 370개사이다.

제휴 언론 네이버는 늘리고, 다음은 줄이고

지난해 상반기만 해도 뉴스스탠드 제휴 96개사, 검색 제휴 300개사였지만 최근 6개월 사이에 각각 31% 증가한 126개사, 23% 증가한 370개로 대폭 증가하였다. 동 기간 다음의 뉴스 제휴, 검색 제휴는 각각 3%, 6% 감소한 것에 비교하면 큰 변화임에 틀림없다.

최근 이처럼 제휴 언론사가 큰 폭으로 증가한 데에는 네이버의 언론사 제휴정책이 변경되었기 때문이다. 과거에는 서비스 종료나 탈락 후 재신청 하려면 최소 1년이 경과해야 했지만, 이제는 수시로 제휴 신청이 가능하도록 바뀌었다.

〈네이버 제휴 현황〉

구분	2012	2013 상반기	2013 하반기	현재
뉴스제휴	뉴스캐스트	뉴스스탠드		
	96개	96개	105개	126개
검색제휴	270개	300개	336개	370개

(‘14.1월 17일 기준)

〈다음 제휴 현황〉

구분	2012	2013	현재
미디어다음	121개	185개	179개
검색제휴	584개	600개	566개

(‘14.1월 17일 기준)

관련 업계에서는 네이버의 독점 문제와 포털의 사회적 책임이 정치권, 언론을 통해 집중보도된 이후, 사실상 네이버가 언론사와의 우호적인 관계 유지를 위해 제휴사를 대폭 확대하는 쪽으로 입장을 선화한 것이 아닌가 우려하고 있다.

실제로 지난해 검색 제휴에 탈락했던 한 언론사는 “네이버의 언론 길들이기에 정부가 나서야 한다”, “제휴평가위원회를 방패막이로 이용하는 네이버를 고발한다”고 적극 반발하였지만, 최근



검색 제휴가 이루어졌다.

1월초에 뉴스캐스트에 합류한 충북일보의 “네이버 제휴평가위원회는 홈페이지 운영 상황과 기사 수, 자체 생산기사 비중 및 최신성을 토대로 한 기초평가와 신뢰성, 다양성, 완성도를 기본으로 한 본 평가를 종합해 충북일보를 뉴스스탠드 제휴 언론사로 최종 선정했다”고 사고 기사를 내보내기도 했다.

또 TV리포트는 “지난 10일부터 뉴스스탠드를 본격적으로 시작했다”고 알렸다. “기존 네이버 뉴스스탠드 매체들을 볼 때마다 얼굴이 화끈거리기 일쑤였는데 TV리포트는 뭔가 다르다. 온라인 연예매체의 좋은 본보기가 되는 것 같아 기쁘다”는 관계자의 인용을 보도하였다.

그러나 최근의 네이버 뉴스 서비스 정

책 완화 및 개편 방향에 대해 광고계는 걱정을 하는 우려의 목소리가 높다. 낚시성 기사와 선정적인 제목 뽑기, 기사와 관련 없는 사진 게재, 남의 기사 베끼기, 그리고 이를 통한 광고 협찬 강요 등이 더 심해지지 않겠는가 하는 걱정이다.

사이비언론 영구퇴출 등 방안도 마련해야

지난 연말부터 이번 제휴가 이루어진 언론사들 중에 일부는 “네이버에 검색 제휴가 최종 결정되었다, 뉴스스탠드에 들어가는데 이제는 대우를 달리 해야 하는 것이 아니냐”며, 사실상의 협박성 광고 협찬 요구가 크게 증가하고 있다.

가뜩이나 기업의 경기도 좋지 않은 어려운 상황 속에서 홍보 예산은 늘어날 기미가 전혀 없는데, 여기저기서 시달릴 생각을 하니 벌써부터 머리가 아프다고 하소연 한다. 홍보 담당자만 고생하고, 언론이라 할 수 없는 매체들만 살판나는 상황이 되고 있다고 자조섞인 목소리를 내기도 한다.

업계에서는 그렇지 않아도 매체 범람으로 인한 언론사간 과당 경쟁으로 홍보하는 입장에서 어려움이 많은데, 이번에 추가로 제휴가 된 언론사의 광고, 협찬 요구 수위가 높아질 것을 우려하고 있다. 실시간으로 쏟아지는 기사에 대해 대응해야 하는 기업의 입장에서 거대 포털 네이버에 기사가 올라가는 것을 신경 쓰지 않을 수 없기 때문이다.

네이버는 최근 뉴스 서비스 수장을 5년만에 교체하였다. 뉴스스탠드 서비스를 도입한 유봉석 미디어서비스 실장이 이사로 승진하면서 실질적인 뉴스 서비스를 모두 책임질 것으로 보인다.

신생 언론사만 늘리는 언론 제휴가 아니라, 문제성 있는 기사를 지속적으로 보도하는 매체, 언론의 공정성을 위협하는 매체, 어뷰징 보도로 기업을 괴롭히는 매체 등에 대해서 진지하게 퇴출 방안을 마련하는 것도 심각하게 고려해야 한다. 그렇지 않으면 누가 네이버 뉴스 제휴 정책을 공정하다고, 신뢰할만 하다고 생각하겠는가? **K A A**

〈'13년 12월 이후 진입한 네이버 검색 제휴 매체〉

경상일보	국제뉴스	굿모닝충청	뉴스웨이
대구일보	대전일보	대전투데이	대한금융신문
로이슈	메디컬투데이	메트로신문	베이비뉴스
브레이크뉴스	소비가가 만드는 신문	아시아투데이	엔지니어링데일리
위클리오늘	일요서울	조선닷컴 인포그래픽스	중부매일
중부일보	중소기업신문	진업농신문	충청매일
키즈맘	투데이에너지	패션비즈	팩트TV
한강타임즈	헤드라인제주	현대경제신문	CCTV뉴스
CNB뉴스	M머니	프라임경제	불교공뉴스

*가나다순

〈'14년 1월 이후 진입한 네이버 뉴스스탠드 매체〉

경북매일	기호일보	뉴스엔	뉴스컬처
뉴스토마토	뉴스핌	르몽드 디플로마티크	머니투데이방송
스포츠월드	씨씨디지털	아시아투데이	아주경제
이버즈	이투데이	인민망	주간한국
중부일보	충북일보	티브이데일리	100아시아
TV리포트	일요신문	연합인포맥스	MK스포츠
스타뉴스	인벤	KNN	e뉴스24
컴퓨터월드			

*가나다순

