

기획연재
유사언론행위
이대로는
안 된다

일부 인터넷 매체의 광고·협찬 강요 심각 — 유사언론행위 피해실태조사 결과 보고—

신문·인터넷 등 일부 언론사의 광고 강매, 협찬 강요와 같은 유사언론행위가 심각한 수준인 것으로 조사됐다.

반론보도닷컴은 지난 4월 1일부터 30일까지 광고주 7개 업종(전자, 통신, 건설, 화학, 제약, 식품, 서비스), 25개 회사의 홍보 담당자들을 대상으로 '유사언론행위 피해실태조사'를 실시하였다.

응답자 100%, 유사언론행위 경험

유사언론행위란 ▲허위 및 음해성 보도 ▲여러 매체를 통한 악의적 동일기사 ▲기사 내용과 관계없는 CEO 사진 ▲낚시성 제목 ▲과거 사건 재생산 등의 기사를 빌미로 광고주에게 광고·협찬을 강요하는 행태를 말한다.
(참고: 인터넷 신문의 신뢰도 제고 방안, 성동규 교수)

먼저 유사언론행위 피해실태조사 결과, 응답자의 100%가

유사언론행위로 인한 피해가 심각하다고 인식하고 있으며, 응답자 모두 최근 1년간(2013.1 - 2014.3) 유사언론행위로 인해 피해를 입은 경험이 있다고 응답하였다.

세부적으로 어떤 유사언론행위를 경험하였느냐는 질문에는 악의성 기사 삭제 조건 광고 및 협찬 강요(92%), 연간/기획기사에 대한 광고 및 협찬 강요(80%), 언론사 주간 행사 협찬 강요(80%), 기사와 상관없이 CEO 사진 게재(64%) 등을 경험한 것으로 조사되었다.

매체별로 유사언론행위 수위를 알아본 결과, 타블로이드지(보통 신문의 1/2 정도 크기의 소형신문)의 유사언론행위가 심각하다고 응답한 광고주가 96%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 인터넷신문(88%), 주간지(88%), 스포츠지(76%) 순으로 나타났다. 특히, 타블로이드지의 경우 응답자의 대부분(92%)이 '매우 심각하다'고 응답할 정도로 유사언론행위가 빈번히 일어나는 것을 알 수 있으며, 그동안 꾸준히 지적되어 왔던 스포츠지의 유사언론행위도 여전히 기승

표 1. 유사언론행위 피해 현황

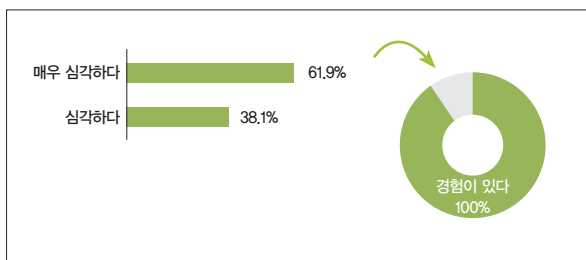
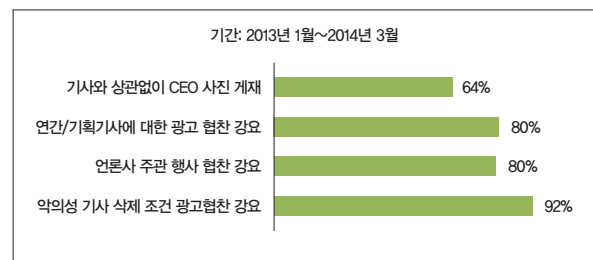


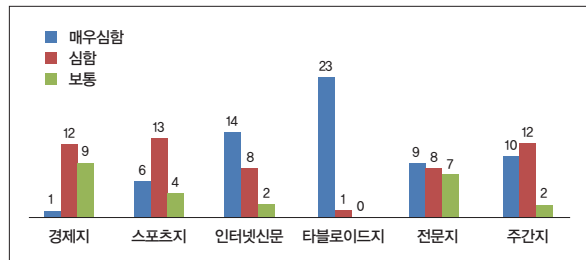
표 2. 유사언론행위 피해 사례





을 부리고 있다는 점은 주목해봐야 할 대목으로 보인다.

표 3. 매체별 유사언론행위 수위



유사언론에 날개 달아준 ‘포털의 언론 제휴’

한편, 지난 1년간 유사언론행위를 일삼은 매체를 알아보기 위한 비보조인지조사를 시행해본 결과, 총 60개의 매체가 신고되었으며, 이중 21개의 매체가 그동안 반론보도닷컴의 유사언론신고센터를 통해 접수된 언론사와 동일한 것으로 조사되었다. 특히 신고된 60개 매체중 2개 매체를 제외한 58개 매체가 국내 포털과 뉴스검색 제휴를 맺고 있는 것으로 조사돼, 포털이 ‘유사언론’의 주요 유통경로가 되고 있는 것을 알 수 있었다. 이는 곧 포털의 뉴스서비스 정책 완화에 대한 광고주의 우려로 이어졌다.

네이버의 뉴스서비스 정책 완화에 대한 광고주의 의견을 조사한 결과, 응답자의 96%가 네이버의 뉴스서비스 정책 완화에 대해 회의적인 시각(매우 부정 68% + 부정 28%)을 보인 것으로 조사되었다. 이는 뉴스서비스 정책 완화에 대한 무조건적인 네거티브가 아닌, 기존에 제휴된 언론사의 유사언론행위가 횡행하는 가운데, 퇴출되었던 언론사의 검

색서비스 재진입으로 인해 그 피해가 더욱 증가할 것을 우려한 시선으로 보인다. 실제로 새롭게 진입한 언론사의 유사언론행위를 조사해본 결과, 응답자의 52%가 지난 11월 이후 포털과 뉴스 제휴를 맺은 언론사로부터 광고 및 협찬 강요를 받은 경험이 있다고 응답하였다.

반론보도닷컴, 건전한 인터넷문화 형성에 기여할 터

마지막으로 반론보도닷컴에 대한 평가 결과, 응답자의 80%가 반론보도닷컴의 취지 및 추진사업에 대해 만족하고 있는 것으로 조사되었으며, 사이버언론 행태 지적 및 행위 공개(96%), 포털과의 협조관계 강화(72%), 유사언론 근절 캠페인 전개(56%) 등을 지속적으로 시행해줄 것을 당부하였다.

한편 광고주협회 조사본부 홍현표 본부장은 이번 조사를 통해 신고된 매체와 관련해 “신고된 60개 매체에 대해서는 지속적으로 모니터링을 시행할 계획이며, 추후 추가적인 문제가 적발될 시에는 명단을 공개할 예정”이라며 유사언론행위에 대한 강경한 입장을 밝혔다.

앞으로도 반론보도닷컴은 우리경제 및 기업에 대한 왜곡 보도에 대해 적극적인 반론을 통한 건전한 여론 형성에 노력해 나갈 것이며, 기사를 빌미로 광고와 협찬을 강요하는 사이버언론에 대해서는 기사비판, 공개·고발 등을 통해 광고시장의 암적 요소를 제거해 나가는데 앞장설 것이다. 아울러 인터넷신문위원회 및 포털과의 협력을 통해 건전한 인터넷문화 정착을 위해 기여해 나갈 것이다. **K A A**

유재형 yoojh1999@kaa.or.kr

표 4. 포털의 뉴스서비스 정책 완화에 대한 의견

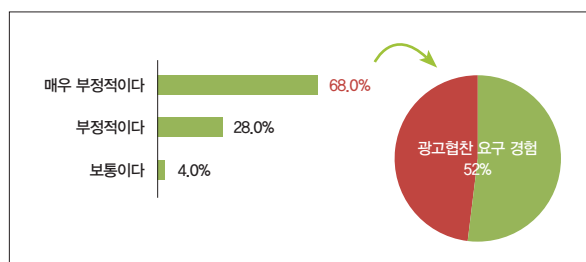


표 5. 반론보도닷컴 평가

