

광고주협회, “인터넷 뉴스 생태계 개선, 포털이 직접 나서야”



네이버-카카오 뉴스제휴평가위원회 설립을 위한 준비 위원회는 9월 24일 오전 서울 중구 프레스센터에서 기자회견을 열고 뉴스제휴평가위원회 규정 합의안을 발표했다.

합의안에 따르면 뉴스제휴평가위는 언론단체로 구성된 7개 단체와 이용자 단체 8개 등 총 15개 단체가 참여, 네이버와 카카오의 뉴스제휴 심사를 맡게 된다. 평가위는 10월 중 공식 출범할 예정이라고 밝혔다.

이에 대해 한국광고주협회는 “준비위원회가 사이버언론 행위나 어뷰징 등의 실질적 문제에 대한 개선 의지 없이 모양새만 갖추려 한 것이 아닌가 하는 의구심이 든다”며 실망감을 드러냈다.

협회는 “지난 6월 10일 네이버와 카카오 측에 뉴스제휴평가위원회의 성공적인 운영을 당부하는 광고주의견을 전달, 공정하고 투명한 절차를 통해 포털의 뉴스 유통의 문제점 개선을 위한 심도 있는 방안들을 마련해 줄 것을 요청하였음에도 불구하고, 지난 4개월간 협의한 내용이 구체적인 평가절차 마련 없이 평가위의 참여 단체 구성이 전부였다는 점은 제휴평가위원회 구성의 본래 취지를 무색케 하

는 것”이라며 강한 불만을 표출했다.

이어 “최근 준비위원회가 이해 상충 관계에 있는 8개 단체를 급하게 추가한 부분은 언론 이외의 단체를 포함시켜 겉으로만 시민사회의 목소리를 대변하는 포괄적인 성격의 위원회라는 모양새를 갖추려 한 것은 아닌지 진정성에 의구심이 든다”며 아쉬움을 나타냈다.

또한 광고주협회는 포털이 뉴스제휴 평가를 외부에 위임한 것 자체가 매우 무책임한 태도라며, 포털이 제휴평가 위 뒤에 숨지 말고 인터넷 뉴스 생태계 개선을 위해 스스로 결자해지 차원에서 적극 나서야 한다고 지적했다.

광고주협회 박혁 상무는 “오늘 준비위에서 발표한 협의내용만 봐도 제휴평가위에 특별히 기대할 것이 없다”며 “광고계가 요구하는 대로 네이버 이해진 의장과 카카오 김범수 의장이 직접 나서 정부, 국회, 언론, 기업 등 각계와 함께 어뷰징, 사이버언론 문제 등에 대한 해결 방안을 마련하는 것이 바람직 할 것”이라고 전했다. **KAA**

유재형 기자 yoojh1999@kaa.or.kr