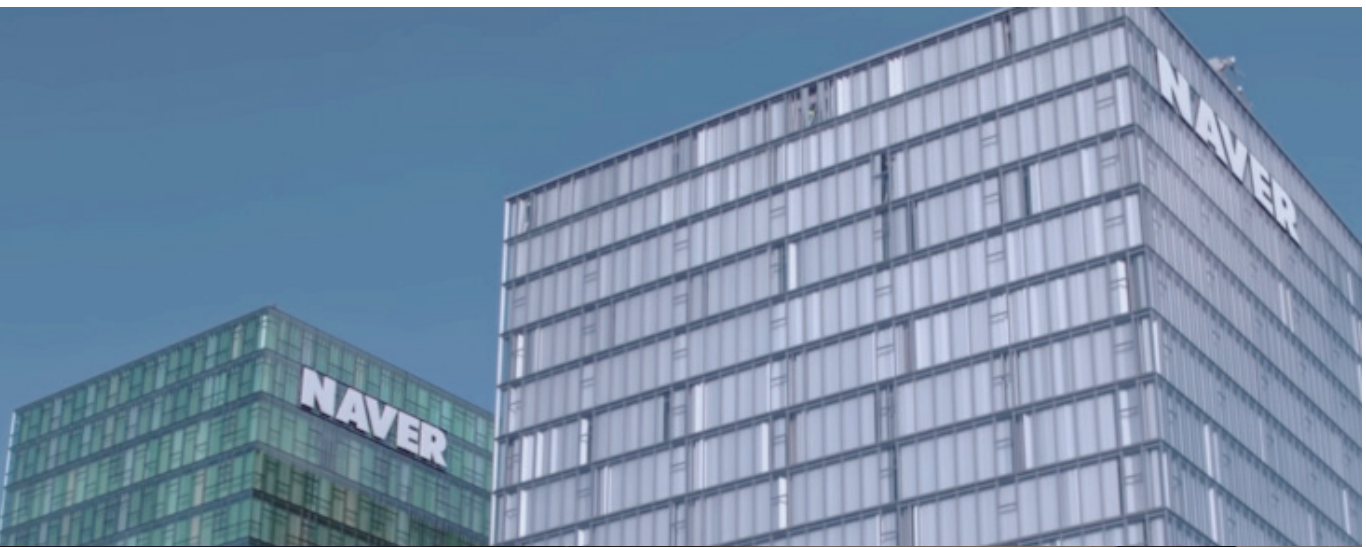
네이버 뉴스 제휴 모델, 유사언론행위 근절의 출발점이 될까

글 | 양재규 언론법 전문 변호사 eselltree92@gmail.com

2026년 2월 네이버가 새로운 뉴스 제휴 모델을 제시했다. 제휴 심사에서 정량평가 항목을 대폭 강화한 이번 모델에 대한 관심이 언론계는 물론 기업 홍보담당자들 사이에서도 뜨겁다. 언론계의 관심은 네이버 입점 가능성일 것이나 홍보 담당자들의 관심은 다른 데에 있다. 과연 새로운 뉴스 제휴 모델은 문제적 언론을 제대로 걸러낼 수 있을까?

그림 위: 네이버, 아래: 네이버 뉴스제휴위원회(뉴스데스크, 뉴스클레임 조규봉 국장)



Q

유사언론행위를 근절하기 위해 포털 진입장벽이 강화되어야 한다고 생각하는 사람들이 많다. 그런 점에서 이번에 네이버가 제시한 새로운 뉴스 제휴 모델에 거는 기대가 크다. 함량 미달의 언론사가 네이버에 입점하는 일은 이제는 정말 없어야 한다. 이와 관련하여, 보도자료 중심으로 운영되는 매체사들이 AI를 기사 작성에 활용함으로써 정량평가 기준을 맞추는 것은 아닌가 하는 우려가 커지고 있다. 이러한 우려가 현실화되어 저품질 매체가 네이버에 입점할 경우, 기업의 부담 역시 커질 수밖에 없다. 과연 새로운 뉴스 제휴 모델은 AI 생성 기사라든가, 가명 기사 등의 문제를 입점 단계에서 효과적으로 차단할 수 있을지 살펴본다.

A

새로운 네이버 뉴스 제휴 모델을 파악하기 위해서는 「네이버 뉴스 제휴 심사 및 운영 평가 규정」을 살펴보아야 한다. 2026년 2월 11일 제정된 이 규정은 4개의 장과 총 17개의 조문으로 구성되어 있다. 이 중에서 제휴 심사 관련 사항은 제2장 제4조부터 제9조까지에 자세히 규정되어 있다.

제휴 심사는 '검색제휴'인지, '콘텐츠제휴'인지에 따라 일부 절차와 기준이 다르게 적용되지만, 공통사항도 많다. 정량평가와 정성평가가 함께 이루어진다는 점, 두 평가의 배점이 각각 50점으로 동일하다는 점, 정량평가에 커트라인이 적용된다는 점[1]이 대표적이다.

정량평가는 총 11개 항목으로 이루어져 있다. 이 가운데 1개 항목은 감점 항목이고, 나머지 10개 항목은 가점 항목이다. 감점 항목은 '기사 및 서비스의 품질 부정 평가 점수'로, 최대 10점까지 감점될 수 있다. 배점이 큰 항목으로는 '자체 생산 기사 비율 초과' 15점, '기자 1인당 기사 생산량의 적정 수준' 8점, '자체 생산 기사 기본 비율' 5점, '월 최소 기사 생산량' 5점, '허위사실로 인한 법원 판결' 5점 등을 꼽을 수 있다.

정성평가는 총 9개 항목으로 구성되어 있다. 객관성, 공익성, 균형성 및 불편부당성, 다양성, 지역성, 완결성, 기획·심층·탐사보도, 광고윤리, 이용자 편의성이 그 항목들이다. 정성평가에도 정량평가와 같은 50점이 배정되어 있다. 다만 과거 '제평위' 시절의 기준과 비교하면 정성평가의 비중은 줄고, 정량평가의 비중은 크게 늘었다고 볼 수 있다.

그렇다면 새로운 뉴스 제휴 모델은 AI 생성 기사나 가명 기사로 대표되는 문제적 언론을 제휴 심사 단계에서 효과적으로 걸러낼 수 있을까. 결론부터 말하면, 질문한 사안을 직접적으로 다루는 규정은 없지만 문제적 언론을 상당 부분 걸러낼 수 있을 것으로 보인다. 그 근거는 다음과 같다.

일단, AI 생성 기사나 가명 기사는 일부 정량평가 항목에서 점수를 따는 데에 도움이 될 것이다. 특히, 월 최소 기사 생산량이라든가, 자체 생산 기사 비율, 기자 1인당 기사 생산량을 맞추는 데에 유리

1) 정량평가에서 커트라인을 못 넘기면 정성평가를 아예 진행하지 않는다(제7조 제6항). 커트라인 점수는 제휴 유형에 따라 다른데 검색제휴가 35점 이상, 콘텐츠제휴는 40점 이상이다.

하다.

월 최소 기사 생산량의 경우, 매체 유형에 따라 최소 기준이 다르고, 운영하는 카테고리 숫자에 따라서도 달라지는데 카테고리 한 개당 매체유형별 대략적인 최소 기준은 월간지 10건, 주간지 20건, 인터넷신문 및 방송 각 30건, 일간지 및 통신 각 70건이다. 그런데 언론사가 운영하는 카테고리가 5개 이상이면 최소 기준이 고정된다. 즉, 카테고리가 많을수록 최소 생산량을 달성하는 데에 유리한 측면이 있다.

AI 생성 기사나 가명 기사는 자체 생산 기사 비율을 맞추는 데에도 어느 정도는 유리하다. 자체 생산 기사[2]는 전체 기사의 50%(기본 비율)를 넘겨야 하고, 그 비율이 높으면 높을수록(초과 비율) 가점을 받을 수 있어 좋다. 참고로, 자체 생산 기사 관련 비율 중 기본 비율은 절대평가이고, 초과 비율은 상대평가다.

기자 1인당 기사 생산량에도 AI 생성 기사나 가명 기사는 조건부로 도움이 된다. 여기서 '조건부'라고 제한을 둔 것은 기자 1인당 기사 생산량이 많다고 무조건 높은 점수를 받는 것이 아니기 때문이다. 새로운 모델에서는 기자 1인당 적정한 수준의 기사 생산량을 기존 제휴 언론사들의 기자 1인당 월 평균 기사 생산량을 기준으로 '2배 이하'가 적정하다고 본다. 평균대비 기자 1인당 월 평균 기사 생산량이 2배를 넘기면 그때부터 구간에 따라 감점이 이루어지며 그 폭이 커질수록 감점의 폭도 커진다.

이와 관련하여, 중요한 사항이 '통합 바이라인'인데 이것은 '온라인뉴스팀', '편집국' 등과 같이 기자 개인의 실명이 식별되지 않는 형태로 생산된 기사를 가리킨다. 통합 바이라인이 적용된 기사가 단 1개만 존재해도 4점 감점이 이루어진다. 그래서 공동취재, 특별취재팀, 풀단(Pool Group) 등과 같이 기한과 목적이 명확한 경우를 제외하고는 통합 바이라인은 무조건 감점요소가 된다. 참고로, 프리랜서 기자나 외부 칼럼니스트와 같이 외부 필진에 의한 기사는 감점 요소가 아니다.

여기까지만 보면, AI 생성 기사나 가명 기사를 쓰지 않을 이유가 없고 네이버 입점에 유리할 것 같다. 그런데 두 가지 측면에서 부정적 결과를 예상해 본다.

첫째, 정량평가에 적용된 커트라인이 결코 낮지 않다. 검색제휴 기준으로도 35점 이상을 받아야 하므로, 15점 이상 감점되면 통과가 쉽지 않다. 기획·심층·탐사보도 요건을 충족해야 하고, 허위사실로 인한 법원 판결이 있어서는 곤란하다. 윤리강령, 이용자위원회, 정정·반론보도 관련 영역도 제대로 마련해야 한다. 무엇보다 기사 및 서비스 품질에 대한 부정 평가 점수가 감점 요인으로 작용한다. AI 생성 기사나 가명 기사로 단순히 기사량만 채우는 수준의 언론사라면 감점을 피하기 어려울 것이다.

둘째, 정성평가에서 높은 점수를 받기도 쉽지 않다. 정성평가는 총 9개 항목으로 구성되어 있고, 이 대항목 아래 다시 28개의 세부 항목이 촘촘하게 나뉘어 있다. 고품질 저널리즘을 추구하는 언론사가 아니라면 각 항목에서 감점을 피하기 어려운 구조다.

언론의 기업에 대한 부당한 공격에 맞서는 일에 뉴스의 유통 및 소비의 주된 통로인 포털이 나서야 한다는 '포털 역할론'이 제기된 지 오래다. 네이버가 새롭게 제시한 이번 모델이 '포털 역할론'을 제대로 구현하는 계기가 되기를 기대한다.

필자 | 양재규

언론중재위원회에서 조정본부장을 맡고 있는 양재규 변호사는 풍부한 이론과 경험을 바탕으로 언론보도, 인격권 분야에서 언론법 전문 변호사로 활동하고 있다.

2) '자체 생산 기사'인지, 아닌지는 선행 기사와의 '유사도'로 판정하는데 유사도는 기사 문장 단위로 이루어지며 선행 기사와 유사한 문장이 기사 전체 문장에서 차지하는 비중이 60% 미만일 경우 해당 기사를 자체 생산 기사로 본다(제8조 제2항 가 · 나목)