

인터넷신문에 대한 정책 방향



최재원 | 문화체육관광부 미디어정책과 서기관 woini04@korea.kr

신문의 구독률과 열독률은 지속적으로 하락하고 있지만, 인터넷신문사는 해마다 빠르게 급증, 2013년 5월 현재 4,222개사에 이르는 등 양적으로 가파른 성장세를 보이고 있다. 이러한 현상은 등록제에 따라 일정한 요건만 갖추면 인터넷신문의 설립이 자유롭기 때문으로 풀이된다.

〈표 1〉 인터넷신문 등록현황

연도	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012.	2013.5월
등록개수(개)	286	626	927	1,311	1,714	2,484	3,193	3,918	4,222

그러나 이러한 인터넷신문사의 양적 성장세와 비교할 때, 인터넷신문의 질적인 측면도 성장하고 있는지는 생각해 볼 문제다.

먼저, 인터넷신문사가 늘어남에 따라 인터넷신문과 관련된 민원도 늘어나고 있다는 점에서도. 민원 내용의 대다수는 인터넷뉴스의 신뢰성 문제와 유해광고 문제이다. 실제로 국회에서는 「식품위생법」, 「건강기능식품에 관한 법률」 및 「청소년보호법」 등에서 유해광고에 대한 책임을 언론매체에 지우는 법안이 발의되기도 하였다.

둘째로, 인터넷신문사의 급증에 비해 실제로 이들이 생산하는 기사가 얼마나 많은 독자들에게 전달되고 수용되는지 여부도 확인할 필요가 있기 때문이다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에 따른 '여론집중도조사위원회'가 발표한 신문, 라디오, TV, 인터넷뉴스 등 4대 매체에 대한 여론집중도조사 결과를 보자. 인터넷뉴스의 경우 본 조사에서는 도달률 1% 이상인 뉴스를 생산하는 경우에만 조사대상으로 삼았는데, 조사대상에 포함된 뉴스사이트는 4,222개 중 177개에 불과했다. (*도달률은 닐슨코리아인클릭이 추정하고 있는 국내 인터넷 이용자 대비 해당 사이트 순방문자의 비중을 의미) 물론 네이버 등 포털의

영향력이라는 또 다른 변수가 있지만, 조사를 통해 온라인상에서 일부 인터넷신문사의 기사만 유포·확산되고 있다는 점을 알 수 있다. 수많은 인터넷신문사의 기사 중 네티즌에 의해 읽히는 기사는 한정적인 셈이다.

언론 자율성 보장, 건전성 신뢰성 확보

이 같은 인터넷신문 확산 구조를 바탕으로, 인터넷신문 등 언론에 대한 문화체육관광부(이하 문체부)의 기본 방향은 언론의 자율성을 최대한 보장하는 가운데 신문의 공공성을 제고하고 신문 산업의 경쟁력 강화를 추진하는 것이다. 무엇보다도 언론의 자율성을 바탕으로 언론 스스로 건전성과 신뢰성을 확보하는 것이 필요하다.

따라서 문체부에서는 인터넷뉴스의 신뢰성을 제고하기 위해 인터넷신문협회, 한국광고주협회, 한국인터넷기업협회가 참여하는 ‘인터넷뉴스협의체’를 구성하여, 인터넷신문의 기사와 광고를 자율적으로 심의하여 자정노력을 할 수 있도록 지원을 아끼지 않았다.

그 결과, 민간이 기사와 광고에 대해 자율적인 심의를 하고 제도적 개선을 하기 위한 ‘인터넷신문위원회’가 지난 2012년 12월 발족하였다. 이를 통해 외부적인 규제보다는 자율적으로 인터넷 환경을 개선할 수 있는 발판을 만들었으며, 인터넷신문사의 동의 하에 기사 및 광고에 대한 심의를 진행, 건전한 뉴스 소비가 이루어질 수 있도록 하고 있다.

또한 인터넷신문의 등록요건이 잘 준수되고 있는지에 대한 전수조사를 2011년도에 처음으로 실시하여, 등록요건을 준수하지 않고 있는 인터넷신문에 대해서는 아래와 같이 직권취소 등 행정조치를 취한 바 있다.

※ △등록 2,787개 중 570개(20.5%) 미발행 △발행 인터넷신문 2,217개 중 840개(37.9%)는 신문법상 등록요건 미충족으로 나타났으며, 시·도별 △자진폐업(131개사) △직권취소(48개사) △행정지도(813개사) 등 행정조치 실시

금년에도 문체부에서는 전수조사를 통해 이러한 등록요건 준수 여부를 점검하고, 미준수 인터넷신문사에 대해서는 시·도와 함께 직권취소 또는 행정지도 등 필요한 행정조치를 통해 관리 감독을 강화해나갈 예정이다.

언론중재법상 정정보도청구 등에 대한 알리표시 의무 신설

다른 하나는 언론보도에 대한 조정과 중재 기능을 규정하고 있는 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 개정안에 관한 부분이다.

우리나라는 사법부에 의한 피해구제라는 제도만을 두고 있는 다른 국가와는 달리 ‘언론중재위원회’라

기획연재
광고시장
개선 과제 ④

〈표 2〉 매체별 언론중재위원회 청구 현황

연도	구분 청구 건수	신문		방송	잡지	뉴스 통신	인터넷		기타
		일간 신문	주간 신문				인터넷 신문	인터넷 뉴스 서비스	
2008년	954(100)	424(44.4)	130(13.6)	189(19.8)	12(1.3)	33(3.5)	157(16.5)	-	9(0.9)
2009년	1,573(100)	485(30.8)	147(9.4)	459(29.2)	27(1.7)	38(2.4)	233(14.8)	181(11.5)	3(0.2)
2010년	2,205(100)	356(16.1)	184(8.3)	189(8.6)	24(1.1)	42(1.9)	567(25.7)	841(38.1)	2(0.1)
2011년	2,124(100)	389(18.3)	197(9.3)	250(11.8)	9(0.4)	62(2.9)	705(33.2)	510(24.0)	2(0.1)
2012년	2,401(100)	496(20.7)	169(7.0)	243(10.1)	11(0.5)	83(3.5)	945(39.4)	454(19.0)	-
계	9,257(100)	2,150(23.2)	827(8.9)	1,330(14.4)	83(0.9)	258(2.8)	2,607(28.2)	1,986(21.5)	16(0.2)

는 별도의 준사법적 기구를 설치하여 1981년부터 언론보도에 대한 피해구제제도를 시행하고 있다.

언론중재위원회에 접수되는 언론보도 청구 관련 자료를 살펴보면, 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스에 대한 청구 비율이 전체의 50%를 상회하고 있음을 알 수 있다. 이는 주로 인터넷이라는 환경이 전파와 확산이라는 측면에서 상당한 영향력을 가지고 있기 때문으로 볼 수 있다.

현재 포털 등 인터넷뉴스서비스사업자에 대해서는 피해자의 청구시 알림표시를 부여하도록 하고 있으나, 기사를 생산하는 주체인 인터넷신문사에 대해서는 알림표시 부과 의무가 없어 문제부는 이를 보완하는 개정안을 국회에 제출하였다.

알림표시 의무는 인터넷의 급속한 전파력, 검색의 용이성 등을 감안, 보도로 인한 피해 확산 방지를 위한 독자의 주의환기 차원에서 도입된 것이나 현행 중재법은 인터넷뉴스서비스사업자에게 정정보도 청구 등을 하는 경우에만 적용되고, 인터넷신문사업자에게 청구하는 경우에는 알림표시 의무가 없어 실효성 확보가 미흡함에 따라 동 규정을 보완한 것이다.

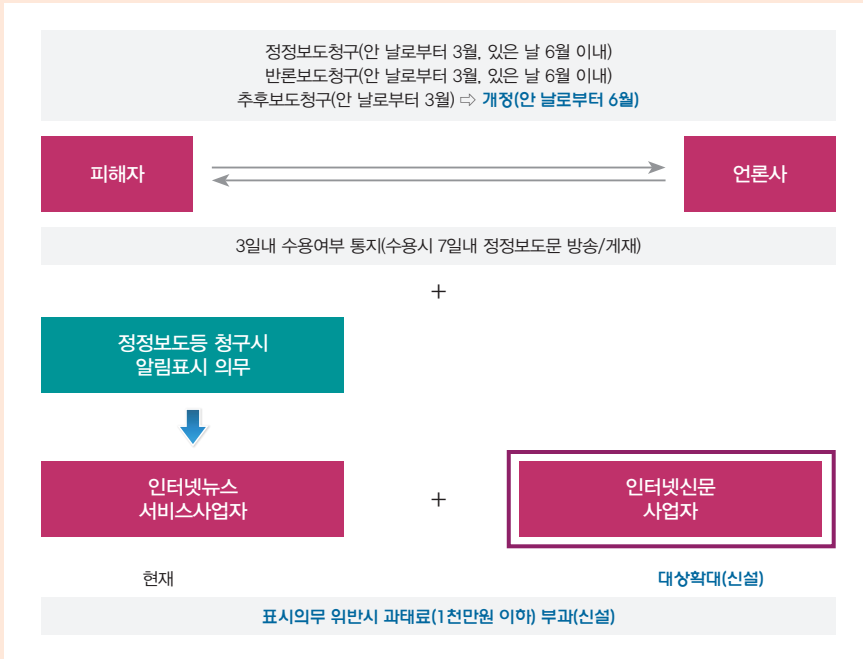
또한 피해자가 인터넷신문사업자 또는 인터넷뉴스서비스사업자에게 정정보도청구 등을 신청하는 경우 외에 언론중재위원회에 신청하는 경우에도 해당 기사에 현재 심리가 진행중임을 알리는 알림표시 의무를 두도록 하였다. 피해자가 중재위원회의 조정·중재 또는 법원에 소송 제기 등을 통해 구제를 받더라도 기사가 이미 확산된 경우에는 진실을 다시 알리기 어렵다는 점에서 실질적인 구제를 받지 못하는 이러한 부분을 보완할 수 있을 것으로 보인다.

앞서 말한 것처럼 자유로운 언론 활동은 최대한 보장되어야겠지만 언론사 스스로의 자정 노력과 정부 차원에서의 제도적 개선 등을 통해 건전한 언론 환경이 구축될 수 있도록 앞으로도 많은 노력이 필요할 것이다. **K A A**



언론중재 및 피해구제 흐름도(개정안 반영)

1. 당사자간 분쟁



2. 제3자 조정





유사·건론대응, 반론보도닷컴. | 함께합니다



반론보도닷컴은 미비점을 보완하고 이용자들이 좀 더 쉽게 이용할 수 있도록 사이트를 개편하였습니다.

급증하는 언론의 수에 비례하여 기업들의 피해와 우려의 목소리도 함께 늘어나고 있습니다. 이런 기업의 애로사항을 함께 공유하고 해결하기 위해 2012년 10월 18일 「반론보도닷컴」이 탄생하게 되었습니다.

반론보도닷컴은 반론보도와 사이버신고, 기업보도, 뉴스&이슈, Voice of Advertiser 등의 메뉴로 구성되어 있습니다.

반론보도닷컴을 이용하기 위해서는 먼저 회원가입부터 하셔야 합니다.

1 회원가입

- 1 우측 상단의 회원가입 클릭
- 2 이용 목적에 따라 기업회원/일반회원 선택
- 3 회원정보와 회사정보 상세 입력
- 4 webmaster@kaa.or.kr로 사업자등록증을 송부
→ 회원가입 완료

• 회원 구분에 따른 메뉴 이용 가능 현황

	사이트열람	반론보도	보도자료	사이버신고
기업회원	○	○	○	○
일반회원	○	X	X	X

2 반론보도

기업과 관련한 오보 또는 악의적 기사에 대해 기업의 입장을 전달할 수 있는 채널입니다.

• 반론보도 유형

유형분류	활용
특정 언론사에 대한 기업 반론	반론해야할 기사의 언론사가 명확한 경우 이를 대상으로 반론을 게재합니다.
불특정 언론사에 대한 기업 반론	다수의 언론에 오보가 노출되어 반론해야할 언론사가 불분명한 경우 기사를 중심으로 반론을 게재합니다. (언론사명 노출은 선택사항입니다.)
업계 전체 이슈에 대한 반론	기업과 직접적으로 연관된 이슈 외에 업계 이슈에 대한 기업의 입장 표명
반론보도닷컴 자체 취재	기업과 언론사 양측을 직접 취재하여 언론사의 문제점 제기

반론보도 접수하기

- 1 사이트 우측 단축버튼을 통해 '반론보도접수' 클릭
- 2 반론문 작성 및 반론 입증 첨부
- 3 사무국 확인
- 4 반론보도닷컴의 다양한 채널을 통해 확산

Key Point

반론/기업보도 접수 및 사이버신고는 사이트 우측의 단축버튼을 통해 이용해주시기 바랍니다.

3 사이버 신고 (헬프라인)

유사언론으로 인한 기업 피해를 신고하는 사이버언론 신고센터입니다.

• 사이버 신고 유형

유형분류	피해 형태
허위 및 음해성 보도	광고계약, 협찬을 거부하는 업체 등을 상대로 음해성 허위 기사를 게재하는 경우
	추측성 기사(보도), 허위 사실을 빌미로 한 광고 요청
광고·협찬 강요 행위	기획기사, 창간기념, 이벤트행사 등에 협찬 강요
	임의로 광고를 게재한 후 광고비 지급 요구
	탐방기사 형식의 업체 홍보 보도 후 광고 요구
	기업의 약점을 취재한 후 보도 조건인 광고 요구
	특정기사의 게재 또는 특정기사 삭제 대가로 금품수수 행위
	타 매체의 폭로기사를 이용하여 자사 비보도 대가 광고 요구

사이버신고 접수하기

- 1 사이트 우측 단축버튼을 통해 사이버신고접수 클릭
- 2 제공된 신고양식에 언론사/기자이름/사이버행위 등을 6하원칙에 의거하여 자세히 서술
- 3 접수된 신고자료를 바탕으로 사무국 자체 분석 실시
- 4 포털측에 정보 전달

Key Point

1. 신고하신 기업명 및 내용은 절대 비공개
2. 신고시에는 사실을 증명할 수 있는 녹취, 문자, 문서 등 첨부

4 기업보도

기업에서 일반 언론에 배포하는 사회공헌, 기업동정 등의 보도자료를 전문 게재할 수 있습니다.

5 뉴스&이슈

방송, 광고 등 미디어 관련 트렌드 및 주요 현안을 전달합니다.

6 Voice of Advertiser

업무를 진행하시면서 보고 들으신 생생한 현장 정보를 실시간으로 공유할 수 있는 공간입니다.

Key Point

게재되는 모든 글은 익명으로 처리되오니 안심하시고 정보를 공유해주시기 바랍니다.

반론보도닷컴은 앞으로도 홍보 및 광고담당자 여러분이 합리적으로 광고를 집행하실 수 있도록 환경개선을 위해 지속적인 노력을 기울이겠습니다. 많은 관심 부탁드립니다.

유사언론 경고 및 협조 요청

광고주협회는 2012년 10월부터 10개월간 반론보도닷컴을 운영한 결과, 신고가 접수된 언론사에 경고 및 협조를 요청하는 공문을 전달하였다. 이는 지난 6월 개최된 운영위원회의 결정에 따른 후속조치이다.

공문에는 반론보도닷컴 설립 배경과 목적, 유사언론의 기준과 처리 프로세스, 향후 대응방안 등을 담고 있다. 협회는 해당 언론사에 성숙한 언론문화 창달과 건전한 광고시장 조성을 위해 노력해줄 것을 추가로 당부하였다.

협회는 향후에도 해당 언론사에 대해 지속적인 모니터링을 실시하고, 신고가 누적될 경우 관련기관과의 협의를 거쳐 대응책을 강구할 계획이다.

한국광고주협회

150-871 서울시 영등포구 여의도동 14-14 용산빌딩 13층 / 전화 3668-9400 / Fax 780-2391

광고주협	제13-033호	2013. 7. 8
수 신	대표이사	(직인생략)
참 조	광고국장	
제 목	올바른 저널리즘 확립을 위한 협조 요청	

1. 귀사의 발전을 기원합니다.
2. 본회는 사실과 다른 왜곡과장 보도에 대해 기업들의 반론과 해명의 기회를 제공하고, 나아가 광고협찬 요구 등 광고시장을 교란시키는 유사언론행위로 인한 기업의 애로요인을 해소하고자 반론보도닷컴을 개설하여 운영하고 있습니다.
3. 본회는 ①허위 및 음해성 보도 ②악의성 기사 삭제 조건으로 광고협찬 요구 ③광고를 실어주지 않는 광고주에 대한 부정 보도 ④여러매체를 통한 악의적 동일기사 반복 게재 ⑤ 기사를 통한 홍보 등의 댓가로 광고협찬 요구 등을 유사언론행위로 설정하고, 기업으로부터의 유사언론신고에 대해서는 전문가의 자문을 받아 심도 있는 내용검토와 해당 언론사의 기사 모니터링을 시행 분석해 왔습니다.
4. 지난 10개월에 걸친 반론보도닷컴 운영 결과, 저널리즘의 본질을 벗어난 귀사의 유사언론행위가 신고접수되었습니다. 이에 본회는 향후 추가적인 신고가 계속 누적될시 부득이하게 관련기관과의 협의를 거쳐 대응책을 강구해 나갈 것임을 알려드립니다.
5. 부디 언론으로서의 사회적 책임을 다해 성숙한 언론문화 창달과 건전한 광고시장 조성을 위해 노력해 주실 것을 부탁드립니다.

한국광고주협회
상근부회장 임호균