



사이비 언론행위 고발단

#6 온라인 매체의 범람, 그 피해는

글 K A A + bigfrog 그림 [작]





*대포광고 : '광고 계약을 맺은 적이 없는데도 매체가 일방적으로 실은 광고'로 이후 광고비를 지불하지 않으면 해당 기업에 대한 부정기사를 게재하는 경우가 비일비재함



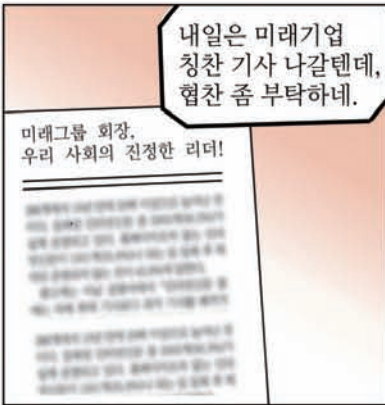
김국장! 이렇게 멋대로 하지도 않은 광고(대포광고)를 내면 어찌나!



그 여파로 지금 다른 매체들이 자기들도 광고 달라고 난리야! 너무 괴롭네. 다신 이러지 말게!



직원이 고작 3명인데 월급주기도 힘들어서 말야...



내일은 미래기업 칭찬 기사 나갈텐데, 협찬 좀 부탁하네.

미래그룹 회장, 우리 사회의 진정한 리더!



!!!



대포광고도 모자라서 기사 거래를 하잔 말인가! 사양하겠네! 좋은 기사든 나쁜 기사든 저널리즘에 입각해 제대로 써야지! 이진 정도가 아니지 않나!



두달 후..

D미디어는 폐간했어...



인터넷신문이 짧은 기간에 존재감을 보이려 하니 낚시성 제목을 쓰고 기사 어부징을... 더는 못해 접기로 했네.



그래서 앞으로는 문학전문 웹툰 회사를 도와주기로 했네.





김영란법 대상 언론사만 1만 7,210개
포털, 직권대심에서 제외

2008년 21개
2009년 1,698개
2014년 5,950개
2020년 10,000개

<온 오프라인 범람...온 국민이 피해>

구멍가게 차리듯 언론사 설립해
인터넷 신문사만 약 6천개..

* 유사언론행위로 인한 기업 피해 유형

- ① 기업 경영층 이름(사진) 인신공경성 노출
- ② 기업 관련 왜곡된 부정기사(선정적 제목) 반복 게재
- ③ 사실과 다른 부정 이슈와 엮은 기업 기사
- ④ 경영관련 데이터 왜곡
- ⑤ 광고형(특집) 기사로 광고 및 협찬을 강요



東亞日報 2015년 10월 14일 수요일 A08면 종합

“사이비 인터넷매체 횡포 조속 규제를”

광고계 '설립 요건 강화' 촉구
“일부 포털, 기업피해 외면 무책임”

한국광고총연합회, 한국광고주협회, 한국광고산업협회, 한국광고학회(이하 광고계가 인터넷신문 설립 요건을 강화하는 '신문법 시행령 개정안'의 조속한 통과를 촉구하고 나섰다. 무분별한 인터넷언론으로 인한 사회적 피해가 갈수록 확대되고 있다는 우려에 따른 행동이다. 사이버언론의 부당 광고 강요에 대한 상담

286개에서 10년 만에 20배 이상으로 늘어난 것이다. 등록된 인터넷신문 중 3305개(56.2%)가 실제 운영되고 있다. 홈페이지조차 없는 인터넷신문이 1501개(25.6%)나 되는 등 등록 후 제대로 운영되지 않는 곳이 43.8%에 달한다.

광고계는 이날 성명서에서 “인터넷신문 중에는 자체 취재 기사보다 과거 기사를 베껴거나 왜곡한 뒤 이를 빌미로 기업에 금품 요구를 압박하는 사례가 적지 않다”며 “기반 언론인들만은 물론이고

다음화에 계속