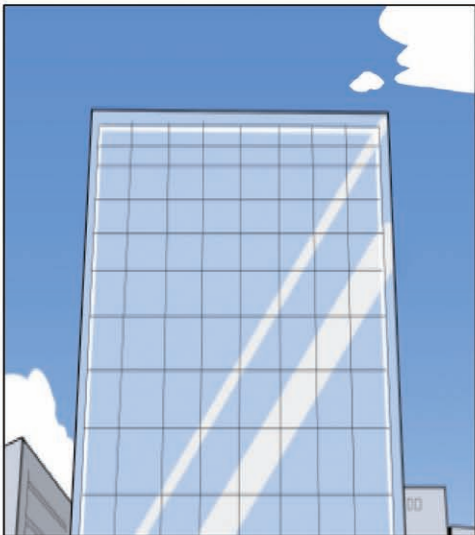


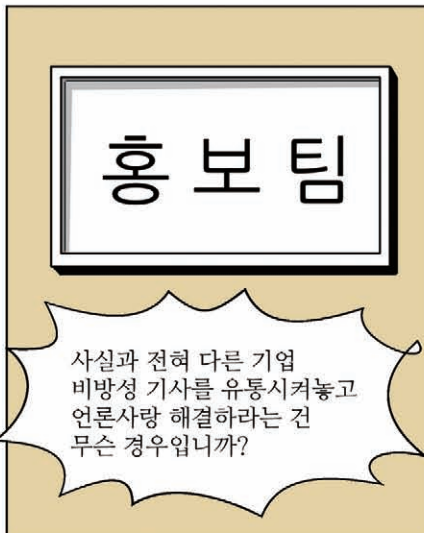
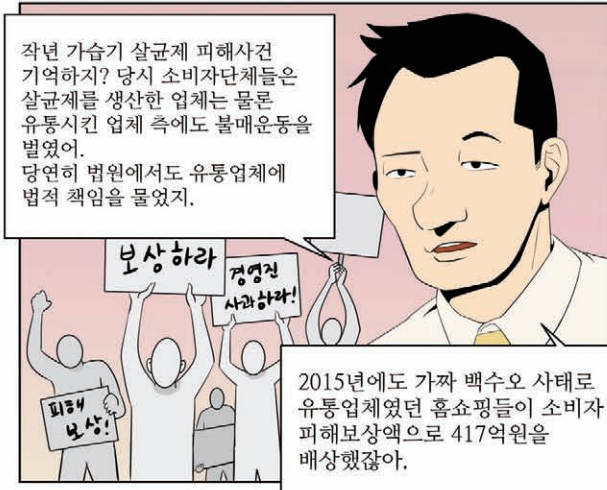


사이비 언론행위 고발단

#9 인터넷 뉴스 유통의 폐해, 포털이 책임져야

글 K A A + bigfrog 그림 [3]





*한국소비자원이 시중에 유통되는 32개 백수오 제품의 원료 90% 이상이 가짜라고 발표, 유통사업자였던 홈쇼핑 6개사(CJ, GS, 롯데, 현대, NS, 홈앤쇼핑)에 소비자 피해보상을 권고함(2015.4.24). 당시 홈쇼핑 사업자들은 백수오 상품 판매에 대한 공동책임으로 417억원을 환불한 것으로 조사됨(전병헌 의원, 2015).



*유사언론행위란? ① 오너 이름(사진) 노출 ② 기업 부정기사 반복 게재 ③ 최근 부정 이슈와 엮은 기업기사 ④ 경영관련 데이터 왜곡 기사 등을 빌미로 기업에게 광고 협찬을 강요하는 행태를 말한다. (미디어오늘 2015.1.23 기사 참조)

*한국언론진흥재단 '10대 청소년 미디어 이용조사, 2016'



부장님, S미디어가 이번에 포털과 검색제휴 했다더니, 창간기념 협찬 공문을 놓고갔네요.

양대 포털 제휴 언론사가 1,000개가 넘는데, 그걸 무슨 수로 쟁겨?

일부 인터넷신문은 포털과 제휴만 되면 광고협찬부터 달라 압박하니 큰일이예요. 방문자 수 늘리기에만 급급해 선정적 제목의 낚시성 기사만 올리면서 말이죠. 하긴 방문자 수 (클릭수)가 곧 돈이니까.



*뉴스 소비로 인한 광고수익은 쟁기면서, 저질 기사에 대한 책임은 해당 매체에 가서 알아보라고 하는 포털도 문제지. 편집권 행사하면서 트래픽 경쟁, 어뷰징을 부추기니까 말야.



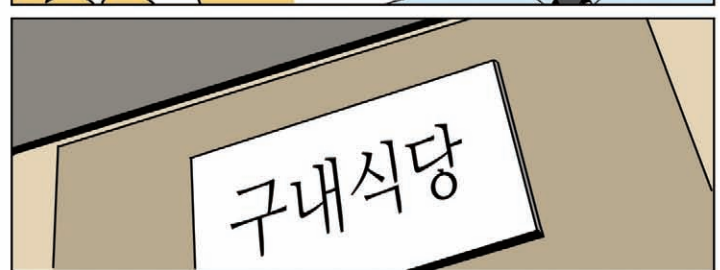
오죽하면 '악마의 편집'이란 말까지 나왔겠어. 학자들까지 나서서 인터넷뉴스 유통 사업자법 (일명 포털법)을 만들어 뉴스 유통에 대한 책임과 기사배열, 사업영역 등을 규정해야 한다는 주장이 나온지 꽤 됐어. 포털의 뉴스 유통이 개선되지 않으면 우리나라 언론 환경은 물론이고 광고시장까지 엉망이 될 거야.



*뉴스제휴평가위원회도 나쁜 언론을 퇴출하기는 커녕 입점 언론사만 늘리고 있어요. 그러니 포털이 책임에 대한 비난을 피하기 위해 구색만 맞춰 만들어놓은 기구라는 평가를 면하기 어렵죠.

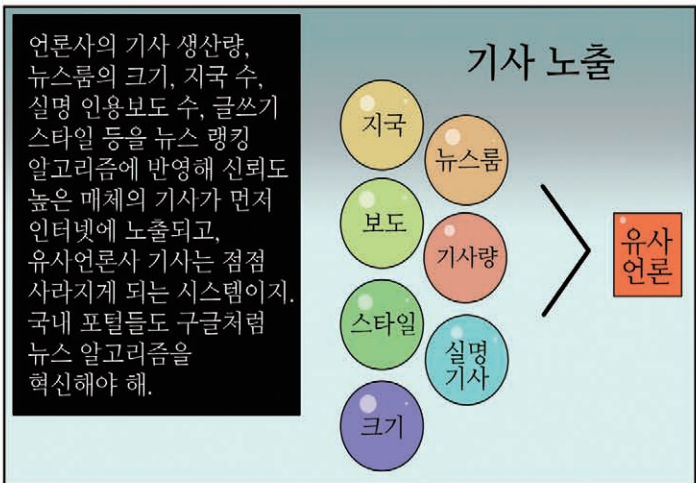


아침부터 목소리를 높였더니 시장하구만. 점심들 먹고 일하자고!



*뉴스 소비로 인한 광고수익을 쟁기는 포털 : 2016년 10월 새누리당 강효상 의원은 자료를 통해 네이버가 PC, 모바일 뉴스 서비스를 하면서 얻는 수익이 연 2357억원으로, 배너광고 수익의 71.7%에 이른다고 밝혔다.

*뉴스제휴평가위원회란? 2015년 10월 설립된 독립기구로 언론사의 포털 진입과 퇴출을 결정하는 역할을 한다는 명목 아래, 언론 유관단체 및 이용자단체, 학계, 소비자단체 등 15개 단체에서 각각 2명씩 추천한 30명의 위원으로 구성되어 있다.





*뉴스트러스트위원회 : 한국언론진흥재단의 주도로 학계, 언론계 전문가 15명이 위원으로 구성되어 저널리즘 가치에 기반해 신뢰도 높은 뉴스를 위한 알고리즘을 개발 중이다.