

기업 활동 폼하하는 수상한 기사들

아주경제, 인사이트, 공공뉴스, 기업 보도 과장 왜곡 도 넘어

최근 아주경제신문, 인사이트, 공공뉴스의 과장, 허위, 왜곡 보도가 심각한 수준이다.

기사내용과 연관 없는 오너 사진·이름 노출, 악의적 기사의 반복 게재, 비슷한 기사 내용을 제목만 바꿔 수차례 보도하는가 하면, 취재도 없이 반론 기회도 무시한 채 특정 기업 때리기에 급급한 모습이다. 전형적인 유사언론 행위로밖에는 해석이 안 된다. (광고·협찬을 부르는 기사유형 5가지, 미디어오늘 2015.1.23자 기사 참조)

아주경제신문은 지난 5월부터 특정 기업에 대한 부정적 기사를 7건이나 쏟아냈다.

5/27	창업 56년 광동제약, 국내 신약개발 '들러리' 전략
6/5	[단독] 광동제약, 농진청 기술 무상 이전에도 '국내 농가' 외면... '중국산 옥수수'로 배만 불렀다
6/5	[1분뉴스] [단독] 광동제약, 옥수수 수염차 '먹튀'
7/29	[단독] 광동제약, 판매에 눈멀어 역사왜곡까지 했나... 세종대왕 마케팅에 활용
7/29	광동제약, 세종 역사왜곡 마케팅... 전문가 "과장광고에 해당할 수 있어"
7/29	광동제약, '역사왜곡 마케팅' 논란에 '판매대행 잘못' 꼬리 자르기
8/01	[단독] 광동제약, '광동남성' 출시 임박... 제2의 '헛개차' 열풍 이슬지 주목

[단독]이란 말머리의 남용, '들러리, 국내 농가 외면, 먹튀, 역사왜곡, 꼬리 자르기' 등 자극적 제목으로 주목도를 높이기 위해 애를 썼다. 기사제목으로 쓰기에 부적절한 단어들이다.

기사 내용을 들여다보면 더욱 자극적이고 악의적인 표현으로 가득 차있다. '무늬만 제약사, 체면을 구겼다, 경영 능력에 의문부호, 제 배만 불려온 것, 폭리를 취했다, 손안 대고 코 풀기, 돈주머니만 불린 것' 등 제대로 된 기사에서는 찾아볼 수 없는 표현들이다.

한 일간지 중견 기자에게 자문을 구한 결과 "정상적인 기사 보도에서는 쓰지 않는 표현"이라며 "불순한 목적을 위해 고의적으로 쓴 기사라는 의구심을 불러일으키는 문장들"이라고 말했다.

기사 내용과는 상관없이 오너의 이름과 사진을 대문짝만하게 넣는 것은 물론, 팩트 확인을 위한 최소한의 취재조차 이루어지지 않았다.

6월 5일자 '농진청 기술 무상 이전에도 '국내 농가' 외면... '중국산 옥수수'로 배만 불렀다'라는 기사에 대해 광동제약은 한마디로 오보로 밖에 볼 수 없다는 반응이다. 홍보실 담당자는 아주경제신문에 반론 내용을 전달한 바



▲ 아주경제신문 해당 기사 캡처 화면(2019.07.29)

있지만 아직 정정보도나 반론에 대한 후속 조치가 전혀 이루어지지 않았다고 했다.

광동계약 관계자는 “국내 농가에서 공급하는 생육수 수 물량이 연간 600톤가량인데 이중 400톤가량을 광동 계약이 수매하고 있다. 단일 업체로는 1위의 수매량”이라며 “이런 내용을 아주경제에 전달했으나 아무런 후속 조치가 없는 상태”라고 말했다.

또한 “7월 29일자 기사도 광동계약뿐만 아니라 여러 회사의 제품을 판매하는 판매대행사의 이해부족으로 발생한 해프닝이었던 것을 밝혔음에도 ‘책임 떠넘기기’란 프레임 씌워 후속 기사를 보도하고, 8월 1일자에는 상표권 출원이라는 단순 사실을 바탕으로 대표이사의 경영 역할을 비판하는 부정적 기사를 연달아 내보냈다”며 “최소한의 사실 확인조차 외면한 왜곡 보도에 대해서는 언론중재위원회(이하 언중위) 제소뿐만 아니라 민·형사상 법적 대응을 할 수밖에 없다”고 밝혔다.

이러한 사실을 확인하기 위해 반론보도닷컴은 아주경제 측에 문의를 해봤다. 기사를 작성한 S기자는 “죄송합니다. 광동계약 측에 확인하세요”라며 사실 확인 없이 서둘러 전화를 끊었다.

광고업계의 한 관계자는 “최근 아주경제 대표가 바뀌었는데, 이용용 아주닷컴 사장이 신임 아주경제신문 사장·편집국장으로서 취임하면서 주목을 끄는 기업 기사가 늘어나고 있는 것 같다”고 말했다.

한편 작년말 기업과 경영인에 대한 악의적 기사로 2018년 언중위로부터 가장 많은 시정권고(28건)를 받고, 대학생이 가장 불신하는 매체 1위로 꼽히는가 하면, 청와

대 국민청원 게시판에 ‘폐간 청원글’까지 올라 물의를 빚었던 인사이트도 최근 또 다시 유사언론행위를 보이고 있어 주목된다.

7/22	대한민국 국민 경악하게 만든 '롯데'의 역대급 만행 47가지
7/24	매번 '한국 기업'이라고 강조하는데 회장이 한국말로 제대로 못하는 롯데
7/29	'일본기업' 이미지에 '꼴등' 성적까지 겹쳐 부산 팬들까지 등 돌린 롯데
7/29	"롯데 처음처럼에는 태극기 대신 일장기가 붙어있어야 하지 않나요?"
7/29	"일본 자본은 '롯데'를 이용해 대한민국 유통 시장을 장악했다"
7/29	윤봉길 의사에게 다리 잃은 'A급 전범'과 롯데 신○○ 회장 '연결고리'의 진실

일본과의 외교 마찰로 불고 있는 ‘일본제품 불매 운동’ 바람을 타고 롯데를 상대로 “롯데 처음처럼에는 태극기 대신 일장기가 붙어있어야 하지 않나요?” 등 악의적 기사를 반복적으로 게재하고 있는 것에 많은 기업 관계자들이 의혹의 눈초리를 보내고 있다.

롯데 측은 “과거에 이미 사실관계가 확인되어 기사화되었고, 검색만 해봐도 팩트를 알 수 있는 내용인데, 사실과 맞지 않은 내용을 버젓이 반복 게재하고 있으니 유감스럽다”고 말했다.

인터넷신문 공공뉴스 역시 최근 기사와 관련 없는 CEO 이름·사진 게재, 흠집내기, 정권에 밉보이게 낙인찍기, ‘성폭력 전문 창업주’ 등 선정적, 자극적 제목을 일삼고 있어 반론보도닷컴이 모니터링을 강화하고 있다.

6/27	〈○○ 황태자의 여유〉 밥만 잘 먹는 ○○○, '살만찌지' 쓰말 나오는 이유
7/5	〈SK브로드밴드의 씹없는 갑질? 대리점 100여개 폐업강요... 文정부에 잘 보이며 횡포〉
7/16	DB그룹 성폭력 전문 창업주에 몸살, 이미지 회복 물거품... 김○○의 혐로

한국광고주협회 광혁 상무는 “현재 인사이트 등 해당 기사를 모니터링해서 인터넷신문위원회 측에 심의를 요청할 계획”이라며 “이런 유사언론행위가 반복된다면 협회 차원에서 포털 뉴스제휴평가위원회에 검색제휴 퇴출을 정식으로 요청할 것”이라고 밝혔다. **KAA**

이수지 susie@kaa.or.kr