

네이버·카카오 제평위, 이번에도 '지역언론 탕'만 할 건가

네이버·카카오 뉴스제휴평가위원회(이하 제평위)가 오는 14일 회의에서 '지역언론 특별심사'를 논의할 모양이다. 전국언론노동조합(이하 언론노조)은 지난 4일 <네이버·카카오, 이젠 1도 1사로 지역언론 갈라치나> 성명을 통해 이번 심사에 우려를 표한 바 있다.

다시 한번 특별심사의 문제점을 새긴다.

첫째, 한 차례 특별심사로 9개 권역별로 1사를 선정할 경우 각 권역 내 다수 언론사에 대한 상대평가가 됨으로써 9개 언론사 간 디지털 역량 및 지역성에 큰 편차를 보일 것이다. 따라서 9개 언론사를 한 번에 선정하는 '특별심사'가 아닌 일반 콘텐츠 제휴사와 같이 심사기준에 들어맞는 언론사를 정기적으로 선정하는 것이 바람직하다.

둘째, 지역언론 심사항목은 기사량이 좌우하는 양적 평가와 함께 언론사 내 편집위원회 설치와 운영실적, 독자권익위원회 등 정기적인 독자·이용자 참여 실적 등 뉴스 콘텐츠 이외의 지역성 구현 역량 따위가 포함되어야 한다.

셋째, 위와 같은 심사항목은 제휴사의 숫자를 정하지 않고 입점 기준을 제시함으로써 이후 제휴를 신청하는 언론사에 디지털 역량과 지역성 구현을 위한 준비를 기대할 수 있다. 일회성 특별심사가 아닌 2~3년의 심사 기간을 충분히 두어야 하는 이유가 여기에 있다. 9개 지역 제휴 언론사를 한 번에 선정하고 정기적인 평가로 제휴 취소를 결정하는 것보다 더 합리적이다.

이런 지적에 대한 제평위의 진지한 고민과 상식적인 숙의 없이 단지 언론노조의 문제 제기를 핑계로 '지역언론 심사 무용론'을 들먹인다면, 제평위 스스로 웃음거리를 자초하는 것이다.

묻는다. 사실상 '지역언론 심사 무용론'은 이미 콘텐츠 제휴를 맺은 언론사들이 정해진 광고 수익의 분배 몫이 줄어들 것에 대한 방어론이 아니던가? 제휴를 통해 지역 저널리즘과 지역언론 신뢰를 살찌우기는커녕 '자기 파이 계산'에 급급해 금전적 이익만을 생각하는 제평위 위원들은 부끄럽지 않은가.

이참에 언론노조는 "지역언론이 왜 포털에 들어가야 하는가"가 아닌 "지역 이용자가 왜 포털에서 지역언

론을 보아야 하는가”에 대한 답으로 조만간 지역언론에 적합한 심사항목과 평가방법을 공개할 예정이다. 이는 언론노조 산하 지역언론 노조뿐만 아니라 지역 저널리즘에 혁신과 실험을 주저하지 않을 모든 지역언론을 위한 것이기도 하다.

제평위는 지역언론사를 포털 콘텐츠 제휴로 광고수익을 나누는 경쟁사로만 보지 말라. 제평위는 특별심사로 ‘건강한 지역 저널리즘을 위해 노력하고’ ‘지역 주민·이용자와 소통하는’ 지역언론사를 어떻게 하면 더 많이 뽑을지를 고민하라.

2021년 5월 11일

전국언론노동조합